

ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ (Τ.Ε.Ι.) ΔΥΤΙΚΗΣ
ΕΛΛΑΔΑΣ

ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ

Τμήμα Διοίκησης Επιχειρήσεων (Πάτρα)

Πτυχιακή Εργασία

**Τίτλος: «Ηλεκτρονικό Εμπόριο. Δημιουργία
Ηλεκτρονικής Κατασκευής e-shop με Χρήση
Πλατφόρμας Διαχείρισης Περιεχομένου»**

Φοιτήτριες: Κωνσταντίνα Δρακοπούλου

Αγγελική Μαρτσέκη

Βιολέτα Σαγώνα

Εποπτεύων Καθηγητής: Χαλκιάπουλος Κωνσταντίνος

Πάτρα: 2015

Ευχαριστίες

Με την ολοκλήρωση της παρούσας εργασίας θα θέλαμε να ευχαριστήσουμε θερμά τον κ. Κωνσταντίνο Χαλκιάπουλο, Καθηγητή του τμήματος Διοίκησης και Επιχειρήσεων Τ.Ε.Ι. Πατρών και επιβλέποντα της πτυχιακής μας, για την εμπιστοσύνη που μας έδειξε με την ανάθεση της συγκεκριμένης εργασίας και για την καθοδήγηση που μας προσέφερε κατά την εκπόνησή της.

Επίσης θα θέλαμε να ευχαριστήσουμε θερμά τις οικογένειές μας για την ηθική και οικονομική συμπαράσταση όχι μόνο κατά τη διάρκεια της εκπόνησης της πτυχιακής εργασίας μας, αλλά και καθ'όλη τη διάρκεια των σπουδών μας.

Πρόλογος

Η παρούσα διπλωματική εργασία αποσκοπεί να αναδείξει την σημαντικότητα του ηλεκτρονικού εμπορίου και του ηλεκτρονικού επιχειρείν στην σημερινή οικονομική κατάσταση, αλλά και να αναδείξει τα πλεονεκτήματα και τα μειονεκτήματα που ενέχονται από τέτοιου είδους επιχειρήματα. Επίσης δημιουργούμε εξ αρχή ένα ηλεκτρονικό κατάστημα με την χρησιμοποίηση νέων τεχνολογιών διαδικτύου.

Ταυτόχρονα εξετάζουμε συστήματα διαχείρισης περιεχομένου (Content Management Systems, CMS), μέσω αυτών των συστημάτων δίνεται η δυνατότητα σε όλους τους χρήστες του διαδικτύου να διαχειριστούν δεδομένα μέσω συνεργατικών περιβαλόντων

Περίληψη

Η παρούσα διπλωματική εργασία ασχολείται με την μελέτη και κατασκευή ενός Ηλεκτρονικού Καταστήματος (e-shop). Σκοπός της εργασίας ήταν ο σχεδιασμός και η κατασκευή μιας δυναμικής σύγχρονης ιστοσελίδας, που θα ενσωμάτωνε όλες τις απαραίτητες λειτουργίες και ευκολίες τόσο για τον απλό χρήστη-επισκέπτη της ιστοσελίδας όσο και για τον ιδιοκτήτη-διαχειριστή του Ηλεκτρονικού Καταστήματος. Η εφαρμογή του ηλεκτρονικού καταστήματος έγινε χρησιμοποιώντας το σύστημα διαχείρισης περιεχομένου Wordpress. Τα θέματα που θα αναλυθούν στην πτυχιακή εργασία είναι τα παρακάτω:

Γενικές πληροφορίες για τα Συστήματα Διαχείρισης Περιεχομένου (CMS), επιλογή των καταλληλότερων browsers, συστημάτων διαχείρισης περιεχομένου και components για την κατασκευή ηλεκτρονικού καταστήματος.

Επίσης, θα γίνει ανάλυση των χαρακτηριστικών του Wordpress και του component Woocommerce και της διαδικασίας εγκατάστασής τους.

Επιπλέον, θα εξεταστούν η διαδικασία κατασκευής του ηλεκτρονικού καταστήματος, δηλαδή η σωστή ρύθμιση δικαιωμάτων χρηστών του Wordpress και η σωστή ρύθμιση παραμέτρων του component Woocommerce.

Τέλος, θα γίνουν οι κατάλληλες ρυθμίσεις, ώστε το ηλεκτρονικό κατάστημα να εμφανίζεται στα αποτελέσματα της αναζήτησης του Google και θα αναλυθεί η διαδικασία μεταφοράς του σε απομακρυσμένο server.

Περιεχόμενα

Περίληψη.....	iii
Εισαγωγή.....	1
1. Ηλεκτρονικό Εμπόριο	2
1.1 Ορισμός.....	2
1.2 Ιστορικές Πτυχές.....	2
1.3 Τύποι Ηλεκτρονικού Εμπορίου.....	2
1.4 Κατηγορίες Ηλεκτρονικού Εμπορίου	3
1.5 Πλεονεκτήματα και Μειονεκτήματα.....	5
1.6 Ασφάλεια και Τρόποι Πληρωμής.....	6
1.6.1 Επίπεδο Ασφαλών Συνδέσεων (SSL - Secure Sockets Layer)	6
1.6.2 Ασφαλείς Ηλεκτρονικές Συναλλαγές (SET - Secure Electronic Transactions).....	6
1.6.3 3D-Secure.....	6
1.6.4 Γραμμωτός κώδικας (Barcode)	7
1.6.5 Έξυπνες κάρτες (Smart Cards).....	7
1.6.6 Πιστοποίηση και ασφάλεια	7
1.6.7 PayPal.....	8
2. Ηλεκτρονικό Επιχειρείν	9
2.1 Η Διαφορά μεταξύ e-Commerce και e-Business	9
2.2 Ηλεκτρονική Ανταλλαγή Δεδομένων	9
2.3 Επιχειρηματικά Μοντέλα για το Ηλεκτρονικό Εμπόριο	10
2.4 Πλεονεκτήματα και Μειονεκτήματα της ηλεκτρονικής Επιχειρηματικότητας	11
2.4.1 Πλεονεκτήματα	11
2.4.2 Μειονεκτήματα	12
3. Συστήματα Διαχείρισης Περιεχομένου.....	13
3.1 Ορισμός Συστήματος Διαχείρισης Περιεχομένου.....	13
3.2 Πλεονεκτήματα & Μειονεκτήματα ενός CMS	14
3.2.1 Πλεονεκτήματα	14
3.2.2 Μειονεκτήματα	15
3.3 Κύριες Κατηγορίες ενός CMS	16
3.3.1 Συστήματα Διαχείρισης Web Περιεχομένου.....	16
3.3.2 Επιχειρησιακά CMS.....	18
3.3.3 Συστήματα διαχείρισης περιεχομένων φορητών συσκευών	19
3.3.4 Συστήματα διαχείρισης εγγράφων	20
3.3.5 Συστήματα Διαχείρισης Περιεχομένων Συστατικών	21
3.4 Λογισμικά CMS Ανοικτού Κώδικα	22

3.4.1 Joomla!	22
3.4.2 Drupal	23
3.4.3 WordPress	23
3.4.4 Magento	24
3.4.5 WooCommerce	24
3.5 Γλώσσες Προγραμματισμού	25
3.5.1 Html	25
3.5.2 Css	29
3.5.3 Javascript	29
2.5.4 PHP	31
4. Παραδείγματα Επιχειρήσεων στο Διαδίκτυο	32
4.1 Το παράδειγμα του eBay	32
4.1.1 Χαρακτηριστικά του eBay	32
4.2 Το παράδειγμα της Amazon	37
4.2.1 Κύρια Χαρακτηριστικά της Amazon	38
4.3 Το ελληνικό παράδειγμα της εταιρείας Esta fashion	41
5. Δυνατότητες του Wordpress	43
5.1 Χαρακτηριστικά του WordPress	43
5.1.1 Πρόσθετα (plugins)	44
5.1.2. Θέματα (themes)	44
5.1.3. Widgets	45
5.1.4 Ρόλοι χρηστών	45
5.2 Πλεονεκτήματα του Wordpress	46
6. Εγκατάσταση WordPress	49
6.1 Αγορά Domain name	49
6.2 Host name και αγορά χώρου φιλοξενίας	49
6.3 Προσθήκη nameservers του λογαριασμού φιλοξενίας στο όνομα χώρου	49
6.4 Κατέβαση των αρχείων του Wordpress	50
7. Λειτουργίες Διαχειριστή	51
7.1 Κεφάλαιο Users	51
7.2 Ρυθμίσεις-Settings	53
7.2.1 General	53
7.2.2 Products	54
7.2.3 Tax	56
7.2.4 Checkout	57
7.3 Κατάθεση Χρημάτων	58
7.3.1 Πληρωμή μέσω τραπεζής	58

7.3.2 Πληρωμή με Αντικαταβολή	60
7.3.3 Shipping	61
7.3.4 Accounts.....	63
7.4 Orders	64
7.5 Coupons.....	65
7.6 Media Library.....	66
7.7 Pages.....	66
7.8 Products Categories-Κατηγορίες Προϊόντων	67
7.9 Products	72
7.10 Εμφάνιση Καταστήματος.....	74
8.Λειτουργίες Επισκεπτών	87
8.1 Αναζήτηση	87
8.2 Επικοινωνία.....	88
8.3 Περιήγηση στα προϊόντα.....	88
8.4 Προβολή προϊόντων	89
8.5 Προβολή Καλαθιού Αγορών	90
8.6 My Account-Ο Λογαριασμός μου.....	91
8.7 Checkout-Ολοκλήρωση Παραγγελίας	92
8.8 Blog	93
Βιβλιογραφία.....	94

Εισαγωγή

Το ηλεκτρονικό εμπόριο έχει αλλάξει δραματικά τον τρόπο με τον οποίο πραγματοποιούνται οι αγορές στις επιχειρήσεις αλλά και στον τελικό πελάτη. Εμφανίζονται πολλές αγοραστικές ευκαιρίες στο διαδίκτυο, προσφέροντας αγαθά από ψηφιακά CD μέχρι βιβλία, αυτοκίνητα, ως και σπίτια. Το ηλεκτρονικό εμπόριο έχει αυξηθεί σημαντικά τα τελευταία χρόνια, περιλαμβάνοντας για την πραγματοποίησή του ειδικές κάρτες αγορών. Για να συμμετέχουν οι επιχειρήσεις στο ηλεκτρονικό εμπόριο πρέπει να κατασκευαστεί ένα ηλεκτρονικό κατάστημα για την κάθε μία. Το ηλεκτρονικό κατάστημα της πτυχιακής εργασίας αφορά μία εταιρεία με χειροποίητα κοσμήματα, όμως η δομή του μπορεί να χρησιμοποιηθεί από οποιαδήποτε επιχείρηση επιθυμεί να συμμετέχει στο ηλεκτρονικό εμπόριο. Στο συγκεκριμένο ηλεκτρονικό κατάστημα τα προϊόντα θα ταξινομούνται σε κατηγορίες και υποκατηγορίες, θα φαίνεται μια μικρή περιγραφή, η τιμή και οι φωτογραφίες τους. Θα υπάρχει η δυνατότητα προσθήκης των προϊόντων στο καλάθι.

1. Ηλεκτρονικό Εμπόριο

1.1 Ορισμός

Ως Ηλεκτρονικό Εμπόριο ή αλλιώς e-commerce, ορίζεται το σύνολο των ηλεκτρονικών συναλλαγών μεταξύ επιχειρήσεων και χρηστών του Διαδικτύου¹. Ταυτόχρονα απο άλλη πηγή το Ηλεκτρονικό Εμπόριο ορίζεται ως το σύνολο των συναλλαγών για υπηρεσίες και προϊόντα και τον μέσον για την πραγματοποίηση αυτών είναι το Διαδίκτυο².

1.2 Ιστορικές Πτυχές

Το Διαδίκτυο έχει τις ρίζες του απο τις αρχές της δεκαετίας του 60', όπου οι Ηνωμένες Πολιτείες Αμερικής ήθελαν να έχουν ένα αποκεντρωμένο δίκτυο το οποίο θα αποτελούνταν απο διάφορους κόμβους ανα το κόσμο έτσι ώστε η Σοβιετική Ένωση να μην μπορούσε να εξουδετερώσει τις επικοινωνίες των ΗΠΑ σε έναν παγκόσμιο πόλεμο. Ετσι το Advanced Research Projects Agency Network (ARPANET)³ ήταν ένας προάγγελος του Διαδικτύου, το οποίο κατα τις επόμενες δεκαετίες χρησιμοποιήθηκε σαν ενα δίκτυο ανταλλαγής δημοσιευμάτων. Στις αρχές του 90' άρχισαν να γίνονται οι πρώτες παραγγελίες-πωλήσεις μέσω τηλεφώνου. Το 1998 γίνεται η πρώτη συνομιλία υπολογιστή με υπολογιστή. Αργότερα αναπτύχθηκε η τεχνολογία Electronic Data Interchange (EDI)⁴ που έδωσε την δυνατότητα μεταξύ κατασκευαστών, πωλητών, και αγοραστών να επικοινωνούν μεταξύ των δικτύων. Επισημαίνεται ότι πάνω απο 100.000 επιχειρήσεις χρησιμοποιούσαν αυτή τη τεχνολογία για τις συναλλαγές τους⁵.

1.3 Τύποι Ηλεκτρονικού Εμπορίου

Με την ανάπτυξη του ηλεκτρονικού εμπορίου είναι σημαντικό να πούμε ότι το ηλεκτρονικό εμπόριο δεν αφορά μόνο τις πωλήσεις αλλα και τη χρήση των τεχνολογιών του Διαδικτύου για την προώθηση υπηρεσιών και σχέσεων. Για παράδειγμα υπάρχουν διάφοροι τύποι σελίδων/ιστοτόπων, όπως ιστοσελίδες για συναλλαγές ηλεκτρονικού εμπορίου όπου δίνουν την δυνατότητα για την πώληση και προώθηση προϊόντων. Ιστοτόποι για χτίσιμο επωνυμίας που παρέχουν τις εμπειρίες χρηστών για τα προϊόντα που διατίθενται σε ένα ηλεκτρονικό κατάστημα. Ακόμα υπάρχουν ενημερωτικοί ιστοτοποι που παρέχουν πληροφορίες ή πηγές πληροφοριών για άλλους ιστοτόπους⁶.

¹ Chaffey, (2008), σελ.39.

² <http://en.wikipedia.org/wiki/E-commerce>

³ <http://en.wikipedia.org/wiki/ARPANET>

⁴ http://en.wikipedia.org/wiki/Electronic_data_interchange

⁵ Shim et al., (2000), σελ. 54.

⁶ Chaffey, (2008), σελ.41.

1.4 Κατηγορίες Ηλεκτρονικού Εμπορίου

Παρακάτω παραθέτουμε τις κατηγορίες στις οποίες διαχωρίζεται το ηλεκτρονικό εμπόριο⁷. Τις κατηγορίες τις παραθέτουμε με αυθαίρετη σειρά.

- Η κατηγορία **Επιχείρηση-προς-Επιχείρηση**⁸ (*Business-to-business (B2B)*)

Αφορά τις εμπορικές συναλλαγές μεταξύ επιχειρήσεων. Είναι κυρίως γνωστό ως βιομηχανικό marketing⁹ (*industrial marketing*)¹⁰ και αρχικά αφορούσε τις συναλλαγές επιχειρήσεων για προϊόντα με σκοπό την κατανάλσή τους για άλλες επιχειρήσεις, όμως με την πάροδο των δεκαετιών δόθηκε σε αυτόν τον όρο μια ευρύτερη έννοια για το χτίσιμο σχέσεων μεταξύ των οργανισμών και επιχειρήσεων για την εύρωστη λειτουργία μεταξύ των διαφορετικών κλάδων επιχειρήσεων.

- Η κατηγορία **Επιχείρηση-προς-Καταναλωτή**¹¹ (*Business-to-Customer (B2C)*)

Είναι ένας τύπος ηλεκτρονικού εμπορίου που αποσκοπεί σε οικονομικές συναλλαγές μεταξύ μίας επιχείρησης και καταναλωτή. Αυτού του είδους οι συναλλαγές είναι πολύ σημαντικές για την οικονομική δραστηριότητα στο διαδίκτυο.

- Μια άλλη κατηγορία είναι η **Επιχείρηση-προς-Κυβέρνηση**¹² (*Business-to-Government (B2G)*)¹³

Αυτή η κατηγορία είναι υποκατηγορία του βιομηχανικού marketing, και αφορά τις σχέσεις οι οποίες δημιουργούνται από τις συναλλαγές των επιχειρήσεων με τον δημόσιο τομέα. Τέτοιου είδους δίκτυα πρέχονθιν δίκτυα στις επιχειρήσεις να κάνουν προσφορές για έργα του δημοσίου για παράδειγμα.

- **Καταναλωτής-προς-Επιχείρηση**¹⁴ (*Consumer-to-Business*)

Ορίζεται και ως αντίστροφη δημοπρασία, και δίνει τη δυνατότητα στους καταναλωτές να δίνουν προσφορές τιμών για συγκεκριμένη υπηρεσία ή προϊόν. Αυτή του είδους η κατηγορία είναι ακριβώς αντίστροφη από την παραδοσιακή όπου θέλει τους καταναλωτές να προσφέρουν τις υπηρεσίες του και τα προϊόντα τους στις επιχειρήσεις.

- **Καταναλωτής-προς-Καταναλωτή**¹⁵ (*Consumer-to-Consumer (C2C)*)

Το ηλεκτρονικό εμπόριο δίνει την δυνατότητα να υπάρχουν οικονομικές συναλλαγές μεταξύ καταναλωτών. Δίνεται η δυνατότητα κάποιος καταναλωτής να πωλήσει το προϊόν ή τις υπηρεσίες του μέσω τρίτου (π.χ. e-Bay¹⁶), σε άλλους καταναλωτές με την διαδικασία της δημοπρασίας.

⁷ Chaffey, (2008), σελ.44.

⁸ <http://en.wikipedia.org/wiki/Business-to-business>

⁹ Webster, (1978), 138-139.

¹⁰ http://en.wikipedia.org/wiki/Industrial_marketing

¹¹ Chaffey, (2008), σελ.44.

¹² Chaffey, (2008), σελ.44.

¹³ <http://en.wikipedia.org/wiki/Business-to-government>

¹⁴ <http://en.wikipedia.org/wiki/Consumer-to-business>

¹⁵ http://en.wikipedia.org/wiki/Customer_to_customer

¹⁶ <http://www.ebay.com/>

- **Καταναλωτής-προς-Κυβέρνηση**¹⁷ (*Consumer-to-Government*)

Αυτή η κατηγορία αφορά τις οικονομικές σχέσεις και όχι μόνο, που δημιουργούνται μεταξύ καταναλωτών και επιχειρήσεων. Οι καταναλωτές δίνουν αναπληροφόρηση για τους κυβερνητικούς διαδικτυακούς τόπους, αλλά και όταν ένας καταναλωτής προσφέρει τις υπηρεσίες του στο δημόσιο τομέα.

- **Κυβέρνηση-προς-Καταναλωτή**¹⁸ (*Government-to-Consumer(G2C)*)

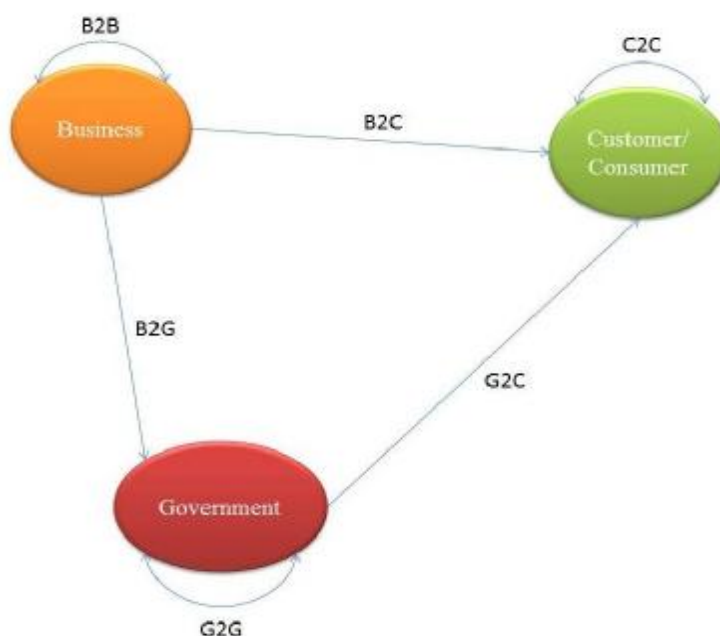
Αυτή η κατηγορία τις σχέσεις οι οποίες δημιουργούνται μεταξύ κυβέρνησης και καταναλωτών ή πολιτών, και είναι η διάθεση και προσφορά ηλεκτρονικών υπηρεσιών από το δημόσιο τομέα προς τους πολίτες. Τέτοιες πλατφόρμες είναι για παράδειγμα η δυνατότητα οι πολίτες να μπορούν να πληρώσουν τους φόρους τους μέσω διαδικτύου, δυνατότητα ψηφοφορίας δυνατότητα αναφοράς παραπόνων και καταγγελιών.

- **Κυβέρνηση-προς-Επιχείρηση** (*Government-to-Business(G2B)*)

Αφορά τις διαδικτυακές σχέσεις μη εμπρικές κατά κύριο λόγο, που δίνεται οι δυνατότητα οι επιχειρήσεις να βοηθηθούν όσον αφορά την γραφειοκρατία και θέματα τα οποία αφορούν τις επιχειρήσεις στις σχέσεις τους με τον δημόσιο τομέα.

- **Κυβέρνηση-προς-Κυβέρνηση** (*Government-to-Government(G2G)*)

Αυτού του είδους ηλεκτρονικές συναλλαγές αφορούν σχέσεις μεταξύ διαφόρων δημόσιων υπηρεσιών και για ανταλλαγή πληροφοριών.



Εικόνα 1- Σχέσεις και Κατηγορίες Ηλεκτρονικού Εμπορίου

¹⁷ Chaffey, (2008), σελ.43.

¹⁸ [http://en.wikipedia.org/wiki/E-Governance#Government to Government](http://en.wikipedia.org/wiki/E-Governance#Government_to_Government)

1.5 Πλεονεκτήματα και Μειονεκτήματα

Το ηλεκτρονικό εμπόριο έχει προσφέρει μεγάλα πλεονεκτήματα στις επιχειρήσεις και στους καταναλωτές. Τα πιο κύρια εξ' αυτών είναι τα εξής:

1. Τα ηλεκτρονικά καταστήματα είναι διαθέσιμα για χρησιμοποίηση όλες τις μέρες τις εβδομάδας και όλο το 24ωρο, δυνατότητα η οποία είναι ωφέλιμη και για τους καταναλωτές αλλά και τους προμηθευτές¹⁹.
2. Η δυνατότητα συναλλαγών μέσω του διαδικτύου μειώνει σημαντικά την γραφειοκρατία.
3. Συμβάλλει στην μείωση του κόστους των επιχειρήσεων αλλά και στην μείωση των εξόδων από τους καταναλωτές.
4. Δίνεται η δυνατότητα σε μια μικρή τοπική επιχείρηση να διευρύνει τα γεωγραφικά όρια των πωλήσεών της ανα τον κόσμο όπου χρησιμοποιείται το διαδίκτυο.
5. Επίσης δίνεται η δυνατότητα στους πιθανούς αγοραστές να αγοράσουν προϊόντα ή υπηρεσίες οι οποίες είναι φθηνότερες.
6. Οι επιχειρήσεις μέσω της αύξησης του πελατολογίου τους γνωρίζουν καλύτερα τις ροτιμήσεις των πελατών τους.
7. Οι πελάτες ενημερώνονται πιο εύκολα και πιο γρήγορα για την εξέλιξη και την ποιότητα των προϊόντων.
8. Ταυτόχρονα οι χρήστες μοιράζονται την εμπειρία τους μεταξύ τους λαμβάνοντας μέσω διαδικτύου επομένως αποφεύγονται τυχόν προϊόντα τα οποία δεν είναι κατάλληλα.
9. Το κράτος ωφελείται μέσω της πληρωμής πιστωτικών και χρεωστικών καρτών μιας και έτσι μειώνεται η φοροδιαφυγή και η φοροαποφυγή.
10. Το κοινωνικό όφελος μεγιστοποιείται μιας και οι ηλεκτρονικές συναλλαγές μειώνουν σημαντικά τη κατασπατάληση χάρτου.

Εκτός όμως των σημαντικών οφελειών που συνεπάγεται το ηλεκτρονικό εμπόριο, δημιουργούνται και σημαντικά μειονεκτήματα μερικά εκ των οποίων είναι τα εξής:

1. Οι καταναλωτές δεν έχουν την απαραίτητη εμπιστοσύνη για να χρησιμοποιήσουν ευρέως τις δυνατότητες του ηλεκτρονικού εμπορίου.
2. Πολλοί διαδικτυακοί τόποι δεν εγγυόνται την ασφάλεια του καταναλωτή από ηλεκτρονικές απάτες.
3. Τα έσοδα του κράτους προέρχονται κυρίως από φόρους και το ηλεκτρονικό εμπόριο δίνει την δυνατότητα στις επιχειρήσεις να ενεργούν μέσω άλλων χωρών με μικρότερη φορολογία με αποτέλεσμα την μείωση των εσόδων για το κράτος.
4. Οι εταιρείες μπορούν να πέσουν θύματα κυβερνο-επίθεσης πράγμα που σημαίνει μείωση εσόδων και αύξηση εσόδων για αποκατάσταση των ζημιών που τυχόν θα δημιουργηθούν. Έχει παρατηρηθεί επίσης η υποκλοπή δεδομένων.

¹⁹ http://en.wikipedia.org/wiki/Online_shopping#Advantages

1.6 Ασφάλεια και Τρόποι Πληρωμής

1.6.1 Επίπεδο Ασφαλών Συνδέσεων (SSL - Secure Sockets Layer)

Το SSL²⁰ είναι ένα πρωτόκολλο κρυπτογράφησης και προσφέρει ασφαλή ηλεκτρονική επικοινωνία μεταξύ δικτύων. Σχεδιάστηκε για να πραγματοποιεί ασφαλή σύνδεση με τον εξυπηρετητή. Το πρωτόκολλο SSL χρησιμοποιεί "κλειδί" δημόσιας κρυπτογράφησης, με σκοπό να προστατεύει τα δεδομένα στη διαδικασία μεταφοράς τους μέσα στο Internet. Και ο τρόπος ο οποίος λειτουργεί είναι ο εξής, πριν αρχίσει η επικοινωνία μεταξύ client και server για να ξεκινήσουν την επικοινωνία τους συμφωνούν στο κρυπτογράφημα (δηλαδή στη λέξη κλειδί) το οποίο χρησιμοποιείται για την κρυπτογράφηση των δεδομένων απο των αποστολέα και έπειτα απο την αποκρυπτογράφηση τους απο τον λήπτη²¹.



1.6.2 Ασφαλείς Ηλεκτρονικές Συναλλαγές (SET - Secure Electronic Transactions)



Το SET είναι ένα πρωτόκολλο επικοινωνίας για τις ασφαλείς συναλλαγές πιστωτικών καρτών μέσω του διαδικτύου. Το πρωτόκολλο αυτό κωδικοποιεί τους αριθμούς της πιστωτικής κάρτας και αποθηκεύονται στον εξυπηρετητή του εμπόρου. Το πρωτόκολλο αυτό, που δημιουργήθηκε από τη Visa και τη MasterCard, απολαμβάνει μεγάλης αποδοχής από την τραπεζική κοινότητα. Αλλά δν είχε μεγάλη επιτυχία στην αγορά και τώρα χρησιμοποιείται το σχήμα 3D-Secure²².

1.6.3 3D-Secure



Το 3D-Secure είναι ένα πρωτόκολλο XML για πρόσθετη προστασία για συναλλαγές με τη χρήση πιστωτικών καρτών. Το οποίο αρχικά χρησιμοποιήθηκε απο τη Visa με την πρόθεση να βελτιωθεί η προστασία στις διαδικτυακές πληρωμές. Τελευταία έχει αρχίσει να χρησιμοποιείται απο όλες τις εγάλε τράπεζες. Αν και έρευνες έχουν δείξει ότι έχει προβλήματα ακόμα, γιατί είναι μια σχετικά νέα τεχνολογία ασφαλειας²³.

²⁰ Bhiogade, 2002.

²¹ http://en.wikipedia.org/wiki/Transport_Layer_Security

²² http://en.wikipedia.org/wiki/Secure_Electronic_Transaction

²³ Murdoch and Anderson, (2010), 336-342.

1.6.4 Γραμμωτός κώδικας (Barcode)



Η τεχνολογία του γραμμωτού κώδικα²⁴ αποτελεί τμήμα του τομέα της αυτόματης αναγνώρισης (Auto ID Technologies). Είναι ένα εργαλείο, το οποίο βοηθά στην ομαλή διακίνηση και διαχείριση (logistics) προϊόντων και υπηρεσιών. Η ανάπτυξη του γραμμωτού κώδικα ξεκίνησε στις αρχές της δεκαετίας του 1960, με στόχο να

εξυπηρετήσει την πληρωμή προϊόντων στα καταστήματα τροφίμων. Οι πρώτες εφαρμογές σε εμφανίστηκαν στα τέλη της δεκαετίας του 60' σε μεγάλες αυτοκινητοβιομηχανίες, για τον περιορισμό του κόστους εργασίας που σχετιζόταν με την παραγωγή. Εκτεταμένη χρήση παρουσιάστηκε μετά την ανάπτυξη των πρώτων στα τέλη της δεκαετίας του 1970. Κατά τη δεκαετία του 1980 υπήρξε αλματώδης ανάπτυξη του εξοπλισμού, και των τρόπων χρήσης της τεχνολογίας γραμμωτού κώδικα.

1.6.5 Έξυπνες κάρτες (Smart Cards)

Οι "έξυπνες κάρτες" αποτελούν την εξέλιξη των καρτών μαγνητικής λωρίδας οι οποίες είναι παθητικά μέσα αποθήκευσης και τα περιεχόμενα των οποίων μπορούν να διαβαστούν και να τροποποιηθούν. Μπορούν να αποθηκεύσουν μεγάλη ποσότητα δεδομένων και παρέχουν δυνατότητες κρυπτογράφησης και χειρισμού ηλεκτρονικών υπογραφών για την ασφάλεια των περιεχομένων τους. Η ιδέα της έξυπνης κάρτας ξεκίνησε στην Ευρώπη και συγκεκριμένα στη Γαλλία το 1974. Το 1975 τα δικαιώματα πέρασαν σε μεγάλες εταιρίες ηλεκτρονικής τεχνολογίας. Η νέα αυτή τεχνολογία παρουσιάστηκε το 1981 όπου μια σειρά από πιλοτικά σχέδια ξεκίνησαν και μόλις το 1984 με μια συλλογική αξιολόγησή αυτών, εκδόθηκαν νέες ολοκληρωμένες προδιαγραφές. Οι Έξυπνες Κάρτες λανθασμένα θεωρείται είναι πιστωτικές κάρτες, με αποτέλεσμα να μην αναγνωρίζεται το μεγάλο εύρος των δυνατοτήτων τους. Η τεχνολογία των έξυπνων καρτών προσφέρει απεριόριστες δυνατότητες χρήσης στη βιομηχανία, το εμπόριο και τη δημόσια διοίκηση²⁵.

1.6.6 Πιστοποίηση και ασφάλεια

Για την ασφάλεια των ηλεκτρονικών συναλλαγών χρησιμοποιούνται ευρέως τα τείχη προστασίας²⁶. Το τείχος προστασίας αποτελεί λογισμικό ή υλικό, που επιτρέπει μόνο στους εξωτερικούς χρήστες με κατάλληλα δικαιώματα, να προσπελάσουν ένα συγκεκριμένο προστατευόμενο δίκτυο. Το τείχος προστασίας επιτρέπει στους πιστοποιημένους χρήστες να έχουν πλήρη πρόσβαση στις παρεχόμενες υπηρεσίες, ενώ οι μη πιστοποιημένοι χρήστες πρέπει να πιστοποιηθούν. Υπάρχουν πολλοί τύποι τειχών προστασίας, οι οποίοι παρέχουν διαφορετικά επίπεδα προστασίας. Ο πιο ευρέως γνωστός τρόπος χρησιμοποίησης ενός τείχους προστασίας είναι η τοποθέτηση ενός υπολογιστή ή δρομολογητή μεταξύ

²⁴ <http://en.wikipedia.org/wiki/Barcode>

²⁵ http://en.wikipedia.org/wiki/Smart_card

²⁶ <http://el.wikipedia.org/wiki/Firewall>

συγκεκριμένου δικτύου και του Internet, και η παρακολούθηση όλης της κυκλοφορίας μεταξύ του εξωτερικού και του τοπικού δικτύου. Η εμπιστευτική πληροφορία που διακινείται στο δίκτυο μπορεί να προστατευθεί μέσω της τεχνολογίας κρυπτογράφησης και χρήση μυστικών κωδικών. Η ασφάλεια του ηλεκτρονικού εμπορίου βασίζεται κατεξοχήν στην κρυπτογράφηση, δηλαδή στην κωδικοποίηση του μεταδιδόμενου κειμένου κατά τέτοιο τρόπο ώστε να μπορεί να αποκρυπτογραφηθεί μόνο με τη χρήση του ειδικού κλειδιού αποκρυπτογράφησης. Η κρυπτογράφηση κυρίως συνοδεύεται πολλές φορές και από την ψηφιακή υπογραφή (*digital signature*²⁷) του αποστολέα, έτσι ώστε ο παραλήπτης να μπορεί να βεβαιώσει για την ταυτότητα του πρώτου²⁸.

1.6.7 PayPal

Η τεχνολογία PayPal είναι ένα παγκόσμιο σύστημα διαδικτυακών πληρωμών²⁹. Η εταιρεία PayPal είναι μια από τις μεγαλύτερες διαδικτυακές εταιρείες ηλεκτρονικών πληρωμών. Η εταιρεία αυτή λειτουργεί για λογαριασμό τρίτων όπου εκτελεί συναλλαγές πληρωμών για διαδικτυακούς παρόχους προϊόντων ή υπηρεσιών, για ιστότοπους για αγορές μέσω δημοπρασιών και άλλες διαφημιστικές λειτουργίες, για τις οποίες υπηρεσίες η PayPal προσφέρει τις χρεώνει έναντι κάποιου αντιτίμου.



²⁷ http://en.wikipedia.org/wiki/Digital_signature

²⁸ Oppliger, (1997), 92-102.

²⁹ <https://www.paypal.com/gr/webapps/mpp/about>

2. Ηλεκτρονικό Επιχειρείν

Ως *Ηλεκτρονικό Επιχειρείν*³⁰ ορίζεται «ο μετασχηματισμός των βασικών επιχειρηματικών διαδικασιών με τη χρήση τεχνολογιών Διαδικτύου³¹». Ο όρος ηλεκτρονικό επιχειρείν χρησιμοποιείται κυρίως για να δηλώσει τον τρόπο που μια επιχείρηση εφαρμόζει την στρατηγική της αλλά και πώς την εκμεταλεύεται. Ταυτόχρονα χρησιμοποιείται για να προσδιορίσει το ότι οι επιχειρήσεις δραστηριοποιούνται κυρίως στο Διαδίκτυο. Προσφέρει την δυνατότητα αύξησης της ανταγωνιστικότητας των επιχειρήσεων αλλά και την δημιουργία νέων επιχειρήσεων μέσω των ψηφιακών μέσων³².

2.1 Η Διαφορά μεταξύ e-Commerce και e-Business

Και στις δύο περιπτώσεις ο όρος «e» εκφράζει τα ηλεκτρονικά δίκτυα και περιγράφει τις τεχνολογίες διαδικτύου όπως η Ηλεκτρονική Ανταλλαγή Δεδομένων (electronic data interchange (EDI)) για την βελτίωση και αλλαγή των διαδικασιών σε μια επιχείρηση³³.

Ο όρος «ηλεκτρονικό επιχειρείν» συμπεριλαμβάνει όλες τις οικονομικές λειτουργίες και δράσεις που υποστηρίζονται με τη χρήση ηλεκτρονικών μέσων. Επιπρόσθετα περιλαμβάνει τις εσωτερικές διαδικασίες όπως την παραγωγή, την ανάπτυξη και τον σχεδιασμό προϊόντων, διαχείριση κινδύνων, τα χρηματοοικονομικά της εταιρείας αλλά και τη διαχείριση του ανθρωπίνου δυναμικού.

Αντιθέτως ο όρος ηλεκτρονικό εμπόριο» αποτελεί μέρος του παραπάνω συνόλου σε ένα πιο ευρύ αγοραστικό κοινό με σκοπό να συμβάλει στην επικοινωνία αγοραστών και επιχειρήσεων. Επίσης περιλαμβάνει τις διαδικασίες που επηρεάζουν θετικά τους πελάτες, τους προμηθευτές και τους εξωτερικούς συνεργάτες, περιλαμβάνοντας το marketing, την παραγγελιοληψία και τις υπηρεσίες. Ταυτόχρονα περιλαμβάνει τα επιχειρηματικά μοντέλα και τα υποθετικά κέρδη ή ζημίες.

2.2 Ηλεκτρονική Ανταλλαγή Δεδομένων

Η ηλεκτρονική ανταλλαγή δεδομένων (Electronic Data Interchange (EDI)³⁴) είναι μια ηλεκτρονική μέθοδος επικοινωνίας που παρέχει τα κατάλληλα πρότυπα για την ανταλλαγή δεδομένων μέσω ηλεκτρονικών μέσων. Δύο διαφορετικές εταιρείες ή οργανισμοί, έχουν τη δυνατότητα να ανταλλάσσουν ηλεκτρονικά έγγραφα (π.χ. εντολές αγοράς, τιμολόγια, ανακοινώσεις κ.α.). Η τεχνολογία EDI υπάρχει εδώ και περισσότερο από 30 χρόνια, και υπάρχουν πολλά και διάφορα πρότυπα EDI μερικά από τα οποία καλύπτουν τις ανάγκες συγκεκριμένων κλάδων. Το 1996 το Εθνικό Ινστιτούτο Προτύπων και Τεχνολογίας ορίζει την ηλεκτρονική ανταλλαγή δεδομένων ως "η ανταλλαγή από υπολογιστή σε υπολογιστή μηνυμάτων, τα οποία αντιπροσωπεύουν έγγραφα.

³⁰ Chaffey, 2008, σελ.45.

³¹ <http://www-03.ibm.com/ibm/history/ibm100/us/en/icons/ebusiness/transform/>

³² <http://www.dmst.aueb.gr/index.php/el/undergraduate/program/285-stream4>

³³ http://en.wikipedia.org/wiki/Electronic_data_interchange

³⁴ ο.π.

Η τεχνολογία EDI είναι μια σειρά μηνυμάτων μεταξύ των δύο μερών, οι οποίοι μπορεί να αναφέρονται είτε ως εντολές είτε ως παραλήπτες. Η μορφοποίηση των δεδομένων που αντιπροσωπεύουν τα έγγραφα μπορούν να μεταδοθούν από τον εντολέα προς τον παραλήπτη μέσω τηλεπικοινωνιών σε ηλεκτρονικά μέσα αποθήκευσης. Για παράδειγμα, η μετάδοση των δυαδικών ή δεδομένων κειμένου δεν αποτελεί τεχνολογία EDI, εκτός και αν τα δεδομένα αντιμετωπίζονται ως ένα ή περισσότερα στοιχεία ενός μηνύματος και συνήθως δεν προορίζονται για ανθρώπινη ερμηνεία, ως μέρος της άμεσης απόκρισης επεξεργασίας των δεδομένων³⁵.

Η τεχνολογία EDI μπορεί τυπικά να οριστεί ως η μεταφορά από δομημένα δεδομένα, μέσω συμφωνημένων διαδικασιών μηνυμάτων από ένα υπολογιστικό σύστημα σε άλλο χωρίς την φυσική παρέμβαση.

2.3 Επιχειρηματικά Μοντέλα για το Ηλεκτρονικό Επόριο

Το βασικό μοντέλο που εξετάζουμε στην παρούσα εργασία είναι το *Business-to-Consumer*³⁶ ηλεκτρονικό εμπόριο ή το εμπόριο μεταξύ εταιριών και καταναλωτών, το οποίο συμπεριλαμβάνει τους καταναλωτές να συγκεντρώνουν πληροφορίες, αλλά και την αγορά προϊόντων ή υπηρεσιών μέσω διαδικτύου και ενός ηλεκτρονικού καταστήματος ειδικότερα. Πρόκειται για την παλαιότερη μορφή ηλεκτρονικού εμπορίου. Οι ρίζες του προέρχονται από το λιανικό εμπόριο το οποίο για διαδικτυακές εφαρμογές ονομάζεται **ηλεκτρονικό λιανικό εμπόριο** (*e-retailing*)³⁷.

Το κύριο μοντέλο και το οποίο εξετάζουμε και αφορά το λιανικό εμπόριο είναι το **Ηλεκτρονικό Κατάστημα**³⁸ (*e-shop*³⁹). Το ηλεκτρονικό κατάστημα επικεντρώνει κυρίως σε διαδικτυακές εφαρμογές που προορίζονται για την χρησιμοποίησή τους από καταναλωτές και επιτρέπουν συναλλαγές ανάμεσα σε μια επιχείρηση και στον καταναλωτή. Σκοπός είναι η πώληση αγαθών και η παροχή υπηρεσιών στον καταναλωτή.

Ένα άλλο μοντέλο *Business-to-Consumer* ή *Business-to-Business* μοντέλο είναι η **Ηλεκτρονική Προμήθεια**⁴⁰ (*e-Procurement*⁴¹) που αφορά αγορές και πωλήσεις για προμήθειες, ροϊόντα και υπηρεσίες στο διαδίκτυο. Διαδικτυακές ιστοσελίδες για ηλεκτρονική προμήθεια δίνουν την δυνατότητα στους χρήστες να ψάξουν για αγοραστές/πελάτες ή πωλητές για καλές υπηρεσίες, ταυτόχρονα δίνουν τη δυνατότητα να γίνονται εκπτώσεις ή ειδικές προσφορές.

Ένα άλλο μοντέλο επιχειρηματικής δραστηριότητας είναι η **Ηλεκτρονική Δημοπρασία**⁴² (*e-auction*⁴³). Το μοντέλο της ηλεκτρονικής δημοπρασίας είναι ένα μοντέλο ηλεκτρονικής επιχείρησης το οποίο μπορεί να είναι *Business-to-Consumer* ή *Business-to-Business* ή *Consumer-to-Consumer*. Σε αυτό το μοντέλο ο δημοπράτης, ο οποίος μπορεί να

³⁵ Kantor and Burrows, (1996).

³⁶ http://en.wikibooks.org/wiki/E-Commerce_and_E-Business/Concepts_and_Definitions

³⁷ <http://en.wikipedia.org/wiki/Retail>

³⁸ Παναγυράκης, (2008), σελ.207

³⁹ http://en.wikipedia.org/wiki/Online_shopping

⁴⁰ Παναγυράκης, (2008), σελ.207

⁴¹ <http://en.wikipedia.org/wiki/E-procurement>

⁴² Παναγυράκης, (2008), σελ.208

⁴³ <http://en.wikipedia.org/wiki/Eauction>

είναι είτε ένας απλός πωλητής είτε μια επιχείρηση πωλούν τα προϊόντα τους ή τις υπηρεσίες τους μέσω δημοπρασιών. Σε εαυτή τη δημοπρασία μπορεί να λάβει μέρος ο καθένας ο οποίος θέλει να αγοράσει μία υπηρεσία ή ένα προϊόν. Η *ηλεκτρονική δημοπρασία* διακρίνεται σε δύο διαδικασίες όπου ένας πωλητής διαθέτει προς πώληση το προϊόν του και οι πιθανοί αγοραστές κάνουν προσφορές με αύξουσα σειρά και καρδίζει αυτός που έχει κάνει την μεγαλύτερη προσφορά. Αλλιώς μπορεί ένας προμηθευτής να θέλει αγοράσει ένα προϊόν και οι πιθανοί πωλητές κάνουν προσφορές σε φθίνουσα σειρά και επιλέγεται η φθινότερη.

Επίσης ένα μοντέλο το οποίο είναι σχετικά νέο στην ηλεκτρονική αγορά είναι το *Ηλεκτρονικό Εμπορικό Κέντρο*⁴⁴ (*e-mall*). Αποτελείται από ένα σύνολο ηλεκτρονικών καταστημάτων κάτω από την ίδια διαδικτυακή στέγη λόγω του ότι έχουν κάποια κοινά χαρακτηριστικά. Αυτά τα κοινά χαρακτηριστικά μπορεί να είναι οι τρόποι πληρωμής, ή το είδος των προϊόντων το οποίο διατίθεται από διάφορα ηλεκτρονικά καταστήματα. Το όφελος για τον αγοραστή σε αυτού του είδους την ηλεκτρονική αγορά δημιουργείται μεγαλύτερη αμπιστοσύνη για τα προϊόντα, αλλά και για τους προμηθευτές είναι ότι έχουν περισσότερα έσοδα και χαμηλότερο κόστος.

Ταυτόχρονα υπάρχει ο διαδικτυακός *Χώρος Μέσω Τρίτων*⁴⁵ (*Third Party Marketplace*). Ένα τρανό παράδειγμα αυτού του τύπου είναι το ηλεκτρονικό κατάστημα Amazon⁴⁶. Εδώ ανατίθεται σε μια διαχειριστική αρχή να διαθέτει τα προϊόντα διάφορων επιχειρήσεων. Ένα τέτοιου είδους διαδικτυακής πλατφόρμας προσφέρει στους χρήστες μια διεπαφή στα προϊόντα διάφορων προμηθευτών και μπορεί ακόμα να υποστηρίξει κατάλογο προϊόντων, υπηρεσίες αποθήκευσης αλλά και πωλήσεων, με άλλα λόγια οφέλη στους προμηθευτές για ελάτωση του κόστους⁴⁷.

2.4 Πλεονεκτήματα και Μειονεκτήματα της ηλεκτρονικής Επιχειρηματικότητας

2.4.1 Πλεονεκτήματα

Παγκόσμια παρουσία της εταιρείας

Ίσως το μεγαλύτερο πλεονέκτημα της διεξαγωγής μιας διαδικτυακής επιχείρησης είναι ότι η εταιρεία έχει την δυνατότητα να διαθέτει τα προϊόντα της στις διεθνείς αγορές. Μία από τις πρώτες εταιρείες που χρησιμοποίησαν τον όρο του ηλεκτρονικού επιχειρείν ήταν η IBM, όταν άρχισε να συνεργάζεται με επιχειρηματικούς εταίρους από όλο τον κόσμο. Η Amazon βοηθά επίσης τους πελάτες της να αγοράσουν προϊόντα διεθνώς, από τρίτους. Με πιο απλά λόγια, το ηλεκτρονικό επιχειρείν κατέστησε δυνατή τη παγκόσμια αγορά για τις εμπορικές επιχειρήσεις και κατέστησε ευκολότερο για τις εταιρείες να έχουν παγκόσμια πελατεία.

⁴⁴ Πανηγυράκης, (2008), σελ.208

⁴⁵ ο.π. σελ. 209

⁴⁶ <http://www.amazon.com/>

⁴⁷ Pilioura and Tsalgatidou, (2001), σελ. 1-15.

Αποτελεσματικό Μάρκετινγκ και Προώθηση Προϊόντων

Η εμπορία των προϊόντων μέσω του διαδικτύου έχει κάνει τις διαφημίσεις εξαιρετικά αποδοτικές. Μια διαφήμιση Pay per click⁴⁸ είναι μια αποτελεσματική τεχνική που εξασφαλίζει ότι οι διαφημιστές πληρώνουν μόνο για τη διαφήμιση που έχουν κάνει κλικ οι χρήστες και έχει προβληθεί σε αυτούς. Το marketing των θυγατρικών εταιρειών είναι επίσης χρησιμοποιείται ευρέως για την προώθηση των προϊόντων. Μια θυγατρική εταιρεία κατευθύνει τους πιθανούς πελάτες στη μητρική επιχείρηση, και αν πραγματοποιείται αγορά, η εταιρεία παρέχει αποζημίωση στη θυγατρική.

Καλύτερη Εξυπηρέτηση Πελατών

Η ηλεκτρονική επιχειρηματικότητα έχει συμβάλει σημαντικά στην βελτίωση της εξυπηρέτησης των πελατών. Υπάρχουν πολλές ιστοσελίδες που υποδέχονται τον πελάτη με ένα pop-up παράθυρο συνομιλίας. Μια υπηρεσία εξυπηρέτησης πελατών καθιστά ευκολότερο για τον πελάτη να γνωρίσει το προϊόν και την υπηρεσία εκ των προτέρων. Πάνω απ' όλα, οι πληρωμές μπορούν να γίνουν σε απευθείας σύνδεση και το προϊόν μεταφέρεται απευθείας στον πελάτη.

2.4.2 Μειονεκτήματα

Τομεακοί Περιορισμοί

Η ηλεκτρονική επιχειρηματικότητα έχει μερικούς πολύ ισχυρούς τομεακούς περιορισμούς. Για παράδειγμα, ο τομέας των τροφίμων δεν έχει επωφεληθεί ιδιαίτερα λόγω του ηλεκτρονικού επιχειρείν, όσον αφορά την αύξηση των πωλήσεων και την επακόλουθη παραγωγή εσόδων. Τα προϊόντα διατροφής είναι ευπαθή είδη και ως εκ τούτου, οι πελάτες, σε γενικές γραμμές δεν ψάχνουν για τέτοια προϊόντα στο διαδίκτυο. Θα προτιμούν να πάνε στο σούπερ μάρκετ ή στα καταστήματα για να αγοράσουν τα απαραίτητα είδη διατροφής. Ομοίως, κάποιες άλλες βιομηχανίες δεν φαίνεται να επωφελούνται από το ηλεκτρονικό εμπόριο.

Δαπανηρή E-Business Solutions για τη βελτιστοποίηση

Η ηλεκτρονική επιχειρηματικότητα απαιτεί σημαντικούς πόρους για τον επανακαθορισμό σειρών προϊόντων για τα άμεσης απόκρισης συστήματα υπολογιστών πώλησης. Οι αναβαθμίσεις του ιστότοπου, η κατάρτιση του προσωπικού, και η ενημέρωση των ιστοσελίδων είναι σημαντικές πτυχές του ηλεκτρονικού επιχειρείν, οι οποίες απαιτούν ανθρώπινο δυναμικό. Η Ηλεκτρονική Διαχείριση Δεδομένων (EDM) και ο Σχεδιασμός Επιχειρησιακών Πόρων (Enterprise Resource Planning (ERP)), που απαιτούνται για να εξασφαλιστεί οι βέλτιστες εσωτερικές επιχειρηματικές διαδικασίες, απαιτούν επίσης αρκετούς πόρους, το οποίο μπορεί να θεωρηθεί μειονέκτημα του ηλεκτρονικού επιχειρείν από τις πολλές.

⁴⁸ http://en.wikipedia.org/wiki/Pay_per_click

3.Συστήματα Διαχείρισης Περιεχομένου

Σε αυτή την τρίτη ενότητα εξετάζουμε το θεωρητικό υπόβαθρο των υπάρχουσών τεχνολογιών που υπάρχουν σήμερα στα συστήματα διαχείρισης περιεχομένου. Δίνουμε το ορισμό ενός συστήματος διαχείρισης περιεχομένου, παραθέτουμε τα πλεονεκτήματα και τα μειονεκτήματά της συγκεκριμένης τεχνολογίας, και αναφέρουμε συνοπτικά τα πιο γνωστά συστήματα διαχείρισης περιεχομένου στην αγορά. Εστιάζουμε κυρίως ανοικτού κώδικα συστήματα. Τέλος αναφέρουμε επίσης τα πιο ευρέως διαδεδομένα και χρησιμοποιούμενα συστήματα διαχείρισης περιεχομένου, όπως για παράδειγμα είναι τα ηλεκτρονικά καλάθια.

3.1 Ορισμός Συστήματος Διαχείρισης Περιεχομένου

Ένα σύστημα διαχείρισης περιεχομένου⁴⁹ (content management system (CMS)) είναι μια εφαρμογή υπολογιστή που επιτρέπει τη

- δημοσίευση,
- την επεξεργασία και
- την τροποποίηση του περιεχομένου,
- την οργάνωση,
- τη διαγραφή, καθώς και
- τη συντήρηση από ένα κεντρικό περιβάλλον.

Τα εν λόγω συστήματα διαχείρισης περιεχομένου παρέχουν διαδικασίες για τη διαχείριση της ροής εργασιών σε ένα περιβάλλον συνεργασίας. Αυτές οι διαδικασίες μπορεί να είναι χειροκίνητες ή βασισμένες σε υπολογιστή και σχεδιάζονται με τρόπο ώστε:

- Να υπάρχει βελτίωση στην επικοινωνία μεταξύ των χρηστών
- Να υπάρχει αύξηση της συμμετοχής
- Να υπάρχει μεγαλύτερος διαμοιρασμός αποθηκευμένων δεδομένων
- Να γίνεται έλεγχος της πρόσβασης σε δεδομένα με βάση τους ρόλους των χρηστών. Οι ρόλοι των χρηστών ορίζουν ποιες πληροφορίες θα μπορεί να δει ή να τροποποιήσει κάθε χρήστης
- Να υπάρχει εύκολη αποθήκευση και
- Εύκολη ανάκτηση δεδομένων
- Να υπάρχει μείωση στη συνεχή εισαγωγή ίδιων δεδομένων και
- Να βελτιώνουν την ευκολία της σύνταξης εκθέσεων

Σε ένα σύστημα διαχείρισης περιεχομένου, τα δεδομένα μπορεί να είναι

- έγγραφα,
- ταινίες,
- εικόνες,
- αριθμοί τηλεφώνων,
- επιστημονικά δεδομένα.

⁴⁹ http://en.wikipedia.org/wiki/Content_management_system

Τα συστήματα διαχείρισης περιεχομένου χρησιμοποιούνται για

- αποθήκευση,
- έλεγχο,
- αναθεώρηση,
- εμπλουτισμό
- τεκμηρίωση.

Όταν δημιουργείται ένας νέος ιστότοπος ή να ενημερωθεί ένας παλιός, τα συστήματα διαχείρισης περιεχομένων διευκολύνουν στη διαχείριση των περιεχομένων και την εμφάνιση τους. Τα συστήματα αυτά θεωρούνται ως η βάση ή το πλαίσιο ενός ιστότοπου, εξυπηρετώντας ως η κύρια αρχιτεκτονική που συγκεντρώνει

- το κείμενο,
- τις εικόνες,
- την διαδρομή URL,
- τις συνδέσεις.

μιας ιστοσελίδας με έναν τρόπο που να επιτρέπει στους διαχειριστές του συστήματος να διαχειρίζονται τον δικτυακό τόπο χωρίς να χρησιμοποιούν γλώσσες προγραμματισμού. Αυτό που είναι πραγματικά ωραίο στα συστήματα διαχείρισης περιεχομένων είναι ότι:

- μπορούν να δημιουργηθούν κατά τρόπο φιλικό προς τις μηχανές αναζήτησης
- και να επιτρέπουν την εύκολη δημοσίευση πληροφοριών⁵⁰.

3.2 Πλεονεκτήματα & Μειονεκτήματα ενός CMS

Στην συνέχεια θα αναφέρουμε γενικά τα πλεονεκτήματα και τα μειονεκτήματα ενός CMS. Ένα σύστημα διαχείρισης περιεχομένων υποστηρίζεται συνήθως από μια βάση δεδομένων που εκτελείται στην άλλη πλευρά του δικτυακού τόπου. Το σύστημα διαχείρισης περιεχομένων παίρνει όλες τις πληροφορίες από τη βάση δεδομένων και τις εμφανίζει σε ιστοσελίδες. Όταν υπάρχει ένα σύστημα διαχείρισης περιεχομένων μπορείτε εύκολα να αλλάξετε μόνοι σας οποιαδήποτε πληροφορία εμφανίζεται στον δικτυακό τόπο.

3.2.1 Πλεονεκτήματα

Ένας από τους κύριους λόγους να δημιουργήσετε δικτυακούς τόπους με ένα CMS είναι ότι κάνει πιο εύκολη την εργασία των διαχειριστών. Οι Διαχειριστές δεν χρειάζεται να περιμένουν για να ενημερωθούν για διάφορα πράγματα στον δικτυακό τους τόπο. Οι ιστότοποι με σύστημα διαχείρισης περιεχομένου επιτρέπουν

- την αλλαγή του ονόματος,
- τη διεύθυνση και
- άλλες πληροφορίες άμεσα.

⁵⁰ Browning and Lowndes, (2001), pp.1-2.

Δίνεται η δυνατότητα να προστεθούν

- ειδήσεις,
- περιεχόμενα σε ιστολόγια (blog),
- προϊόντα & τις πληροφορίες τους άμεσα, όταν και όποτε θέλετε.

Το πιο σημαντικό πλεονέκτημα των συστημάτων διαχείρισης περιεχομένου είναι ότι είναι δωρεάν κάθε φορά που χρησιμοποιούμε αυτό το σύστημα. Το σύστημα διαχείρισης περιεχομένου μας επιτρέπει να διατηρούμε τον ιστότοπό μας υπό τον έλεγχό μας. Παρέχεται έλεγχος των λέξεων, εικόνων, σχεδίασης σελίδων συμπεριλαμβανομένης της πλοήγησης. Έτσι, μπορούμε να κάνουμε αλλαγές εύκολα οποιαδήποτε στιγμή. Οι δικτυακοί τόποι που έχουν δημιουργηθεί από ένα σύστημα διαχείρισης περιεχομένου δεν απαιτούν κάποιον εξειδικευμένο υπάλληλο ή επαγγελματία για να ενημερωθούν.

Υπάρχουν όμως κι άλλα πλεονεκτήματα τα οποία και παραθέτουμε

- Ύπαρξη συνέπειας της επωνυμίας και της πλοήγησης
- Επιτρέπει την εύκολη διαχείριση των εργασιών
- Παρέχει ευελιξία στους δημιουργούς
- Μπορούμε να διαχειριστούμε εύκολα το περιεχόμενό μας χωρίς τον φόβο ότι θα αλλάξει το σχέδιο μας
- Τα δεδομένα μας μπορούν να αλλαχθούν μόνο μια φορά μέσω του ιστότοπού μας
- Μπορούμε να δώσουμε διαφορετικά επίπεδα πρόσβασης σε διαφορετικούς χρήστες
- Τα συστήματα διαχείρισης περιεχομένου δίνουν τη δυνατότητα να εφαρμόσουν τον ιστότοπό μας αυτόματα σε ταμπλέτες, κινητά και όλων των ειδών φυλλομετρητών.
- Μπορούμε να έχουμε πρόσβαση για ανανέωση του ιστότοπού μας οπουδήποτε υπάρχει σύνδεση στο δίκτυο.
- Υπάρχει ασφάλεια
- Τέτοια είδους συστήματα παρέχουν δυνατότητα βελτιστοποίησης για να μπορούν οι χρήστες να δουν εύκολα τα δεδομένα μας μέσω των μηχανών αναζήτησης⁵¹.

3.2.2 Μειονεκτήματα

Ένα σύστημα διαχείρισης περιεχομένου χρησιμοποιείται άσχημα από πολλούς ιδιοκτήτες επιχειρήσεων λόγω της έλλειψης τεχνικών γνώσεων. Μόνο οι Web σχεδιαστές γνωρίζουν πώς να καλύψουν τον κενό χώρο και να τοποθετήσουν περιεχόμενα, εικόνες κ.λπ., σε έναν δικτυακό τόπο. Μερικοί ιδιοκτήτες επιχειρήσεων, χωρίς να ζητούν βοήθεια από Web σχεδιαστές, ενημερώνουν τις πληροφορίες μόνοι τους. Έτσι, αυτή η μη επαγγελματική ενέργεια μπορεί να μειώσει την ποιότητα ενός δικτυακού τόπου. Θα πρέπει να δίνεται προσοχή στο μέγεθος της γραμματοσειράς, το χρώμα και τη σχεδίαση των περιεχομένων όποτε αλλάζουν οι πληροφορίες στο δικτυακό τόπο. Διαφορετικά, οι επισκέπτες δεν θα ενδιαφερθούν να διαβάσουν τα περιεχόμενα. Επίσης, τα περιεχόμενα θα πρέπει να είναι καλά γραμμένα, με σκοπό να διαβασθούν και από τις μηχανές αναζήτησης. Έτσι, οι ιδιοκτήτες επιχειρήσεων λόγω έλλειψης γνώσεων βελτιστοποίησης δυσκολεύονται να δημιουργήσουν έναν επιτυχημένο δικτυακό τόπο.

⁵¹ <http://cms.ku.edu/benefits-cms> 31/5/15

Συστήματα διαχείρισης περιεχομένου απαιτούν κατάρτιση και μπορεί να “χαλάσει” αν δεν χρησιμοποιηθεί σωστά. Τα συστήματα διαχείρισης περιεχομένου απαιτούν χρόνο για να ενημερωθούν. Δημοφιλή συστήματα διαχείρισης περιεχομένου όπως WordPress και Joomla! συχνά αποτελούν στόχο spammers και hackers. Δεδομένου ότι σχεδόν ο καθένας μπορεί να κατεβάσετε τον κώδικα και να αναζητήσουν κενά, τα θέματα ασφάλειας είναι αναπόφευκτες. Για να μην αναφέρουμε ότι η δημοτικότητα αυτών των συστημάτων δίνουν χάκερ ένα εξαιρετικό κίνητρο. Οι χάκερ γνωρίζουν ότι πολλές δημοφιλείς ιστοσελίδες θα πρέπει να χρησιμοποιούν αυτές τις πλατφόρμες. Ένα σύστημα διαχείρισης περιεχομένου θα χρησιμοποιήσει περισσότερους πόρους του διακομιστή, σε αντίθεση με μια στατική σελίδα και αυτό θα πρέπει να είναι ισορροπημένη. Το κόστος λόγω δαπανών κατάρτισης μπορεί να είναι υψηλό, αλλά και αναγκαίο προκειμένου να διδαχθεί ο διαχειριστής αλλά και ο πελάτης να χρησιμοποιεί το σύστημα αποτελεσματικά. Μπορεί μερικές φορές να υπάρξει κακή σχεδίαση κειμένου με τη χρήση ενός συστήματος διαχείρισης περιεχομένου. Οι σχεδιαστές εργάζονται σκληρά για να δώσουν μια ιστοσελίδα με καλή αίσθηση και ροή⁵².

3.3 Κύριες Κατηγορίες ενός CMS

Υπάρχουν διάφοροι τύποι συστημάτων διαχείρισης περιεχομένου για διαφορετικούς τύπους περιεχομένων, π.χ. όπως βίντεο, γραφικά, blogs, κείμενα κ.α.το οποίο σημαίνει ότι υπάρχει μια πληθώρα επιλογών παρακάτω παραθέτουμε τις κύριες κατηγορίες:

- Συστήματα διαχείρισης Web περιεχομένων CMS (Web CMS - WCMS)
- Επιχειρησιακά CMS (Enterprise CMS - ECMS)
- Συστήματα διαχείρισης εγγράφων (Document management system - DMS)
- Συστήματα διαχείρισης περιεχομένων φορητών συσκευών (Mobile content management system) Παρακάτω αναφέρουμε συνοπτικά αυτές τις κατηγορίες, αλλά αυτή η εργασία θα επικεντρωθεί στα συστήματα διαχείρισης Web περιεχομένων
- Συστήματα διαχείρισης περιεχομένων συστατικών (Component content management system - CCMS)⁵³.

3.3.1 Συστήματα Διαχείρισης Web Περιεχομένων

Ένα σύστημα διαχείρισης Web περιεχομένων (WCM) είναι ένα CMS που έχει σχεδιασθεί προκειμένου να απλοποιείται η δημοσίευση περιεχομένων ιστού σε δικτυακούς τόπους (web sites) και φορητές συσκευές, ειδικότερα οι διαχειριστές περιεχομένων μπορούν στέλνουν περιεχόμενα χωρίς να έχουν απαραίτητα τεχνικές γνώσεις γλωσσών προγραμματισμού ή αποστολής αρχείων. Αν και στις αρχές της δεκαετίας του '90 οι χρήστες ήταν σε θέση να ενημερώνουν άμεσα περιεχόμενα με διάφορα προγράμματα από τη Microsoft και από τη Lotus, το πρώτο παράδειγμα ενός καθαρού εργαλείου διαχείρισης Web περιεχομένων προήλθε από την StoryServer περίπου το 1996. Τα επόμενα χρόνια εμφανίστηκαν πολλά πακέτα CMS από την Documentum και την Broadvision. Μεταξύ 2000 και 2005, έγιναν πολλές αλλαγές σ' αυτό πεδίο, με συγχωνεύσεις και αγορές πολλών

⁵² <http://www.iriswebdesigns.com/articles/pros-and-cons-of-content-management-systems-21/#.VWtCWIXtmkp>
31/5/2015

⁵³ <http://www.cms.co.uk/types/> 31/05/2015

εταιρειών, αφήνοντας πολλούς χρήστες χωρίς υποστήριξη αφού εγκαταλείφθηκαν διάφορα πακέτα και διάφορα άλλα συγχωνεύθηκαν.

1) Λογισμικό Επεξεργασίας: Αυτά τα συστήματα αφορούν την επεξεργασία σε ένα τοπικό υπολογιστή ή σε ένα δίκτυο και αποστολή των νέων περιεχομένων στον ιστότοπο. Γενικά αυτά τα εκτός σύνδεσης (offline) συστήματα απαιτούν εγκατάσταση λογισμικού πριν γίνει κάποια επεξεργασία.

2) Επεξεργασία Άμεσης Απόκρισης (Online): Αυτά τα συστήματα δεν απαιτούν εγκατάσταση λογισμικού, και παρέχουν την ευελιξία να μπορεί να γίνει η επεξεργασία σε οποιονδήποτε υπολογιστή εφ' όσον ένας χρήστης έχει πρόσβαση μέσω κωδικού πρόσβασης.

3) Υβριδικά Συστήματα: Τα υβριδικά συστήματα επιτρέπουν στους χρήστες να τροποποιούν περιεχόμενα άμεσα μέσω ενός άμεσης απόκρισης συστήματος επεξεργασίας, και επιτρέπουν να γίνεται επεξεργασία περιεχομένων μακριά από το σύστημα πριν μπου τα περιεχόμενα ξανά πίσω στον online συντάκτη⁵⁴.

Τα συστήματα διαχείρισης περιεχομένων έχουν γίνει εξαιρετικά περίπλοκα επιτρέποντας στους χρήστες να διαχειρίζονται και να χειρίζονται κείμενο, εικόνες, έγγραφα, ήχο, βίντεο και κινήσεις. Διάφορες νέες εξελίξεις έχουν φέρει τις έννοιες που υποστηρίζουν τα συστήματα διαχείρισης περιεχομένων (μη τεχνικό προσωπικό ή προσωπικό σχεδίασης που διαχειρίζεται τους δικτυακούς του τόπους) και σε άλλους τομείς της αγοράς. Διάφορα συστήματα έχουν ενσωματώσει στα CMS τους λειτουργικότητα μάρκετινγκ μέσω ηλεκτρονικού ταχυδρομείου, επιτρέποντας την παρακολούθηση λειτουργιών ηλεκτρονικού ταχυδρομείου και δικτυακών τόπων. Διάφορα συστήματα στην αιχμή της τεχνολογίας έχουν αρχίσει να εμφανίζουν offline λειτουργίες στην πλατφόρμα διαχείρισης περιεχομένων τους. Τώρα μπορεί να γίνεται διαχείριση έντυπου υλικού, PDF και άλλων offline επικοινωνιών μέσω συστημάτων CMS με τρόπο παρόμοιο με την διαχείριση δικτυακών τόπων. Υπάρχουν διάφορα συστήματα διαχείρισης Web περιεχομένων, τόσο ανοικτού κώδικα όσο και εμπορικά. Ωστόσο, αυτός είναι ένας τομέας όπου το λογισμικό ανοικτού κώδικα έχει την κυριαρχία ως προς τα εμπορικά διαθέσιμα πακέτα.

- Το κύριο πλεονέκτημα ενός συστήματος διαχείρισης περιεχομένου ιστοσελίδων είναι ότι είναι σχεδιασμένο για τον αρχάριο ή μη τεχνικό χρήστη, καθώς και το χρήστης δύναμης.
- Οι αρμοδιότητες των διαχειριστών θα περιλαμβάνουν τη φόρτωση του περιεχομένου, για την τροποποίηση του εγγράφου, προσθέτοντας μια εικόνα, για ενημέρωση των μητρώων και την αφαίρεση από το περιεχόμενο ημερομηνία. Αυτό γίνεται με τη χρήση HyperText Markup Language (HTML) και Extensible Markup Language (XML) πρότυπα και ένα πρόγραμμα επεξεργασίας όπως What You See Is What You Get (WYSIWYG).
- Αυτές οι μεγάλοι ιστότοποι συχνά αποτελούνται από χιλιάδες σελίδες που αποθηκεύουν ένα ευρύ φάσμα εταιρικών πληροφοριών που είναι διαθέσιμες για το προσωπικό.
- Ελάττωση του κόστους και του χρόνου δημιουργίας ενός ιστοτόπου με σύστημα διαχείρισης περιεχομένου.
- Εργαλεία συγγραφής εμφανίστηκαν στην αγορά, όπως το Dreamweaver και το FrontPage που επέτρεψε σε περισσότερους χρήστες να χτίσουν και να διατηρήσουν ιστοσελίδες χωρίς την ανάγκη για τεχνικές δεξιότητες. Αυτά αποδείχθηκαν πολύ

⁵⁴ <http://www.cms.co.uk/types/web-cms/>

χρήσιμα εργαλεία, αλλά απαιτείται μια μακρά περίοδο κατάρτισης και εξοικείωσης με το λογισμικό πριν χρησιμοποιηθούν.

- Τα εργαλεία συγγραφής όπως το Dreamweaver είναι ιδανικά σε μια κατάσταση κατά την οποία κάποιος έχει τις ικανότητες και την εμπειρία από τη χρήση αυτού του λογισμικού με ένα μικρό χώρο, π.χ. περίπου δέκα σελίδες.
- Ο μεγάλος θετικός παράγοντας σε ένα σύστημα διαχείρισης περιεχομένου είναι η δυνατότητα που δίνεται στους μη καταρτισμένους να δημιουργήσουν, να φορτώσουν και να δημοσιεύουν περιεχόμενο όποτε είναι αναγκαίο.

Αυτό σημαίνει ότι το μη καταρτισμένο προσωπικό μπορεί να λειτουργήσει με περιεκτικότητα σε χαμηλό επίπεδο. Αυτό απελευθερώνει το τεχνικό προσωπικό για άλλα καθήκοντα και είναι πιο αποδοτικό για την επιχείρηση.

- Υπάρχουν διαδικασίες έγκρισης που μπορεί να επικυρωθεί ή να απορριφθεί το περιεχόμενο πριν από τη δημοσίευσή.
- Επιτρέπει στο χρήστη να πλοηγηθεί ανάμεσα στις σελίδες, χωρίς να χρησιμοποιεί πάντα την μπάρα πλοήγησης.
- Το περιεχόμενο δημοσιεύεται και τίθεται στη διάθεση του επισκέπτη ιστοχώρου όσο το δυνατόν συντομότερα.
- Αυστηρή έμφαση στη δημιουργία περιεχομένου, την επεξεργασία και την αναβάθμιση καθώς και άλλες παρόμοιες λειτουργίες με τη βοήθεια μιας διεπαφής.
- Ένα WCMS είναι συμβατό με τα πρότυπα σχεδιασμού που για τις μηχανές αναζήτησης.
- Οι αλλαγές στο περιεχόμενο μπορούν εύκολα να παρακολουθούνται.
- Εύκολη διάδοση του περιεχομένου σε ένα ευρύ φάσμα κοινού. Αυτό περιλαμβάνει την επαναχρησιμοποίηση του περιεχομένου σε μια ποικιλία συσκευών, όπως τα κινητά τηλέφωνα, ψηφιακή τηλεόραση, αγγίζετε περίπτερα οθόνες κλπ
- Δυναμική εμπειρία για τους χρήστες σε σύγκριση με ένα στατικό site ή μιας μπροσούρας. Οι χρήστες μπορούν να αλληλεπιδρούν με άλλους μέσω ενός φόρουμ, blog ή άλλης μορφής κοινωνικών μέσων μαζικής ενημέρωσης που σημαίνει ότι είναι μια ευχάριστη εμπειρία.
- Το συνολικό όφελος από ένα WCMS είναι η ικανότητα να ελέγχεται το σύνολο του περιεχομένου, με συνεπή επαγγελματική εμφάνιση και αίσθηση, εύκολη πρόσβασιμη για τις μηχανές αναζήτησης.

3.3.2 Επιχειρησιακά CMS

Ένα επιχειρησιακό σύστημα διαχείρισης περιεχομένων (ECMS) ενδιαφέρεται για περιεχόμενα, έγγραφα, λεπτομέρειες και εγγραφές που σχετίζονται με τις οργανωτικές διαδικασίες μιας επιχείρησης. Ο σκοπός είναι να μπορεί να γίνεται διαχείριση μη δομημένων περιεχομένων της επιχείρησης, που είναι σε διάφορες μορφές και θέσεις. Είναι ειδικά σχεδιασμένο για να καλύψει τις ανάγκες της επιχείρησης ή του οργανισμού, π.χ. μια κυβερνητική υπηρεσία. Το κύριο χαρακτηριστικό αυτών των συστημάτων είναι ότι είναι σε θέση να χειριστούν μεγάλες ποσότητες περιεχομένου που σχετίζονται άμεσα με την εταιρεία, για παράδειγμα, τα αρχεία, ενημέρωση των εργαζομένων, των περιουσιακών στοιχείων κ.λπ. Οι πληροφορίες περιλαμβάνουν τις διαδικασίες και την ιεραρχία της εταιρείας.

Τα πλεονεκτήματα απο τέτοιου είδους συστήματα είναι πολλαπλά:

- Μειώνει τη γραφειοκρατία η οποία μειώνει επίσης την ανάγκη για εγκαταστάσεις αποθήκευσης.
- Μειώνει τον κίνδυνο της ελλιπούς γραφειοκρατίας, ιδιαίτερα σημαντικό για εταιρικά έγγραφα.
- Δίνεται η δυνατότητα να παρακολουθούμε τον κύκλο ζωής ενός εγγράφου καθώς υποβάλλεται σε μια σειρά διαδικασιών, για παράδειγμα, τη σύλληψη, την επεξεργασία, τη διατήρηση και την παράδοση.
- Επιτρέπουν σε μια εταιρεία να αξιολογήσει την αποτελεσματικότητα και την παραγωγικότητά της.
- Ύπαρξη άμεσης πρόσβασης σε πληροφορίες.

Δίνεται η δυνατότητα ελέγχου των πληροφοριών σε όλες τις υπηρεσίες, όπως για παράδειγμα το ανθρώπινο δυναμικό, λογαριασμοί, υπηρεσίες εξυπηρέτησης πελατών. Αυτό είναι ιδιαίτερα σημαντικό για το λογιστήριο το οποίο δεν επιβαρύνεται μόνο με τη φροντίδα των λογαριασμών, αλλά και με την διασφάλιση της εταιρείας σε σχέση με τις εσωτερικές και εξωτερικές απάτες. Αυτό είναι ένα χρήσιμο μέσο για τον έλεγχο αν η εταιρεία έχει επιτύχει τους επιχειρηματικούς στόχους.

Ένας θετικός παράγοντας ενός ECMS είναι η ικανότητά του να αποθηκεύει πληροφορίες, έως ότου δεν είναι πλέον αναγκαίες. Αυτός ο τύπος συστήματος καθορίζει πότε ένα κομμάτι του περιεχομένου έχει λήξει και αφαιρείται ομαλά και χωρίς εμπόδια. Συγκρίνετε αυτό με τα παλαιά συστήματα αρχειοθέτησης "τόσο σε έντυπη όσο και ηλεκτρονική μορφή, τα οποία αποθηκεύονται σε μεγάλες ποσότητες για αόριστο χρονικό διάστημα.

3.3.3 Συστήματα διαχείρισης περιεχομένων φορητών συσκευών

Ένα σύστημα διαχείρισης περιεχομένων φορητών συσκευών (mobile content management system - MCMS) είναι ένας τύπος συστήματος διαχείρισης περιεχομένων (CMS) που μπορεί να αποθηκεύει και να παραδίδει περιεχόμενα και υπηρεσίες σε φορητές συσκευές, όπως κινητά τηλέφωνα, έξυπνα τηλέφωνα και personal digital assistant PDA.

Ο αρχικός στόχος ήταν η B2C καταναλωτική αγορά με την παρουσία στη κινητής τηλεφωνίας. Η μαζική αύξηση της ζήτησης για αυτές τις συσκευές καθώς και ολοένα αυξανόμενη δημοτικότητά τους για όλους τους τύπους των χρηστών οδήγησε στην ανάπτυξη των κινητών συστημάτων που διαχειρίζονται περιεχόμενο, όπως ringtones, γραπτά μηνύματα, ειδήσεις και παιχνίδια. Αξίζει να ανφέρουμε ότι έχει επεκταθεί και σε νέους τομείς, όπως σε μοντέλα επιχείρησης προς εργαζόμενο (B2E) και επιχείρηση προς επιχείρηση (B2B) στις οποίες οι πληροφορίες κοινοποιούνται με ένα χρήσιμο, αποτελεσματικό και αποδοτικό τρόπο μεταξύ των επιχειρήσεων.

Τα συστήματα διαχείρισης περιεχομένων φορητών συσκευών μπορεί να είναι μεμονωμένα συστήματα, ή μπορεί να είναι λειτουργίες, λειτουργικές μονάδες ή πρόσθετα μεγαλύτερων συστημάτων διαχείρισης περιεχομένων που έχουν δυνατότητες πολυκαναλικής παράδοσης περιεχομένων. Η παράδοση περιεχομένων σε φορητές συσκευές έχει μοναδικούς, συγκεκριμένους περιορισμούς, όπως τις πολύ διαφορετικές χωρητικότητες των συσκευών, το μικρό μέγεθος της οθόνης, περιορισμένο ασύρματο εύρος ζώνης, μικρό χώρο αποθήκευσης και συγκριτικά αδύνατους επεξεργαστές.

Τα κυριότερα πλεονεκτήματά τους είναι δύο:

- Εξειδικευμένα σύνολα προτύπων: αυτά προσαρμόζονται ώστε να ταιριάζουν στις ανάγκες μιας συγκεκριμένης κινητή συσκευή, για παράδειγμα ένα smartphone. Υπάρχουν δύο τύποι προτύπων: τα multi-site και τα multi-client που επιτρέπουν στην ιστοσελίδα για να προβληθούν μέσω ενός συγκεκριμένου υπο-τομέα ή όλες οι εκδόσεις της ιστοσελίδας είναι ορατά στην ίδια περιοχή. Στην τελευταία περίπτωση, τα πρότυπα που εμφανίζονται στο χρήστη με βάση τον τύπο της συσκευής που χρησιμοποιούν για πρόσβαση στο χώρο.
- Στοχευμένο περιεχόμενο: αυτό σημαίνει συγκεκριμένο περιεχόμενο τοποθεσίας, όπως χάρτες, ειδήσεις και διαφημίσεις είναι προσβάσιμα από μια φορητή συσκευή με βάση την τοποθεσία του χρήστη εκείνη τη στιγμή. Ένα παράδειγμα αυτού είναι ένα σύστημα πλοήγησης GPS, το οποίο είναι το πιο δημοφιλές σύστημα που βασίζεται τοποθεσία, αλλά μπορεί να ενσωματωθεί στην τεχνολογία της κινητής τηλεφωνίας⁵⁵.

3.3.4 Συστήματα διαχείρισης εγγράφων

Ένα σύστημα διαχείρισης εγγράφων (Document management system (DMS)) είναι ένα ηλεκτρονικό σύστημα που χρησιμοποιείται για να παρακολουθεί και να αποθηκεύει ηλεκτρονικά έγγραφα και εικόνες έντυπων εγγράφων. Συχνά θεωρείται συστατικό ενός επιχειρησιακού συστήματος διαχείρισης περιεχομένων (ECM) και σχετίζεται με την ψηφιακή διαχείριση πόρων, απεικόνιση εγγράφων, συστήματα ροής εργασιών και συστήματα διαχείρισης αρχείων.

Στις αρχές της δεκαετίας του '80, διάφοροι προμηθευτές άρχισαν να αναπτύσσουν συστήματα διαχείρισης έντυπων εγγράφων. Αυτά τα συστήματα διαχειρίζονταν έντυπα έγγραφα, τα οποία συμπεριελάμβαναν όχι μόνο έντυπα και δημοσιευμένα έγγραφα, αλλά και φωτογραφίες, εκτυπώσεις, κ.λπ. Αργότερα, αναπτύχθηκε ένα δεύτερο στύλ συστήματος για διαχείριση ηλεκτρονικών εγγράφων, δηλαδή, όλα εκείνα τα έγγραφα, ή αρχεία, που δημιουργούνται σε υπολογιστές και αποθηκεύονταν συχνά σε τοπικά συστήματα των χρηστών.

Τα πρώτα συστήματα διαχείρισης ηλεκτρονικών εγγράφων (electronic document management - EDM) είτε αναπτύχθηκαν για να διαχειρίζονται συγκεκριμένους τύπους αρχείων, είτε έναν περιορισμένο αριθμό μορφών αρχείων. Πολλά από αυτά τα συστήματα αναφέρθηκαν αργότερα ως συστήματα απεικόνισης εγγράφων, επειδή οι κύριες δυνατότητές τους ήταν η σύλληψη, αποθήκευση, καταχώριση και ανάκτηση διαφόρων μορφών αρχείων εικόνων. Αυτά τα συστήματα επέτρεπαν σε μια επιχείρηση να συλλαμβάνει φαξ και φόρμες, να αποθηκεύει αντίγραφα αυτών των εγγράφων ως εικόνες και να αποθηκεύει αρχεία εικόνων για ασφάλεια και γρήγορη ανάκτηση (η ανάκτηση ήταν δυνατή επειδή το σύστημα χειριζόταν την εξαγωγή του κειμένου από το έγγραφο κατά την στιγμή της σύλληψης του εγγράφου και ο τρόπος καταχώρισης του κειμένου παρείχε δυνατότητες ανάκτησης του κειμένου).

Τα συστήματα EDM εξελίχθηκαν σε σημείο που να μπορούν να διαχειρίζονται οποιονδήποτε τύπο μορφής αρχείου που θα μπορούσε να αποθηκευτεί σε ένα δίκτυο. Οι

⁵⁵ <http://www.cms.co.uk/types/mobile-cms.html>

εφαρμογές αναπτύχθηκαν με τρόπο ώστε να καλύπτουν και ηλεκτρονικά έγγραφα, συνεργατικά εργαλεία, ασφάλεια και δυνατότητες ελέγχου⁵⁶.

3.3.5 Συστήματα Διαχείρισης Περιεχομένων Συστατικών

Ένα λιγότερο γνωστόν τύπων συστήματος, είναι τα συστήματα διαχείρισης περιεχομένου συστατικών (component content management system (CCMS))⁵⁷ και είναι γνωστά για την ικανότητά τους να αποθηκεύουν μικρά αντικείμενα ή «συστατικά» που αποτελούνται από ένα έγγραφο και όχι το ίδιο το πραγματικό έγγραφο. Αυτό ορίζεται ως διαχείριση του περιεχομένου η οποία αναλύεται σε μικρότερες μονάδες, όπως μια λέξη, εικόνα ή σύνδεση αντί για ένα ολοκληρωμένο έγγραφο. Περιλαμβάνει γραφικά, φωτογραφίες, σύνολο συνδέσμων, μία λέξη ή ακόμη και μια πλήρη παράγραφο κειμένου. Όλα αυτά χρησιμοποιούνται κατά τη δημιουργία ενός εγγράφου και αποτελούν το αντικείμενο συζήτησης στο πλαίσιο αυτής της ενότητας.

Κάθε συστατικό είναι αποθηκευμένο μόνο μία φορά εντός του CMS το οποίο αποτελεί εγγύηση για ένα ασφαλές, αξιόπιστο στοιχείο του περιεχομένου. Αυτό το συστατικό στη συνέχεια επαναχρησιμοποιείται σε μια ενιαία σειρά εγγράφων. Ένα CCMS λειτουργεί με τον ίδιο τρόπο όπως και κάθε άλλο είδος CMS δηλαδή στο ότι χρησιμοποιεί μια σειρά από διαδικασίες για τη διαχείριση περιεχομένου. Στην περίπτωση αυτή, κάθε στοιχείο του περιεχομένου έχει το δικό του κύκλο ζωής, που σημαίνει ότι μπορεί να παρακολουθείται μεμονωμένα ή ως μέρος ενός μεγαλύτερου συνόλου του περιεχομένου.

Σε ένα σύστημα διαχείρισης περιεχομένων συστατικών⁵⁸ (Component content management system - CCMS), η αποθήκευση και η διαχείριση των περιεχομένων γίνεται σε επίπεδο συστατικού και όχι σε επίπεδο εγγράφου για μεγαλύτερη επαναχρησιμοποίηση των περιεχομένων. Κάθε συστατικό αντιπροσωπεύει ένα μόνο θέμα, μια έννοια ή ένα πόρο (π.χ., εικόνα, πίνακα, περιγραφή προϊόντος). Τα συστατικά μπορεί να είναι τόσο μεγάλα όσο ένα κεφάλαιο ή τόσο μικρά όσο ένας ορισμός ή ακόμα και μια λέξη. Τα συστατικά σε μεγάλες συγκεντρώσεις περιεχομένων (τύπους συστατικών) μπορούν να θεωρηθούν ως συγκεντρωτικά συστατικά ή ως παραδοσιακά έγγραφα. Κάθε συστατικό αποθηκεύεται μόνο μία φορά στο σύστημα διαχείρισης περιεχομένων, παρέχοντας μια μόνο αξιόπιστη πηγή περιεχομένων. Αυτά τα συστατικά επαναχρησιμοποιούνται μετά (αντί να αντιγράφονται και να επικολλώνται) μέσα σε ένα έγγραφο ή σε πολλαπλά έγγραφα. Αυτό εξασφαλίζει ότι τα περιεχόμενα θα έχουν μια συνέπεια οπουδήποτε χρησιμοποιούνται.

Τα κύρια πλεονεκτήματα ενός συστήματος διαχείρισης περιεχομένου συστατικών είναι τα εξής:

- Το κύριο πλεονέκτημα είναι ότι είναι σε θέση να γίνει επαναχρησιμοποίηση περιεχομένου σε πολλαπλά έγγραφα. Αυτό ισχύει για μία μόνο λέξη ή εικόνα μέσα σε ένα τμήμα του κειμένου.
- Εξαλείφει την ανάγκη για ατελείωτες αντιγραφές και επικολλήσεις και βελτιώνει τόσο την ποιότητα όσο και τον επαγγελματισμό της τεκμηρίωσης. Βοηθά επίσης να εξασφαλιστεί μια συνεπής προσέγγιση.

⁵⁶ http://en.wikipedia.org/wiki/Document_management_system

⁵⁷ http://en.wikipedia.org/wiki/Component_content_management_system

⁵⁸ <http://www.cms.co.uk/types/component-cms.html>

- Ένα άλλο πλεονέκτημα είναι η δυνατότητα χρήσης ενός στοιχείου σε ένα συγκεκριμένο πλαίσιο και στη συνέχεια να χρησιμοποιηθεί ξανά σε ένα διαφορετικό πλαίσιο. Ένα καλό παράδειγμα αυτού είναι το θέμα της μετάφρασης: ένα CCMS μπορεί να μεταφράσει ένα κομμάτι του περιεχομένου σε μια διαφορετική γλώσσα που χρησιμοποιείται στη συνέχεια σε μια ποικιλία ρυθμίσεων. Αυτό δεν ισχύει για το περιεχόμενο, όπως συνδέσεις και αναφορές. Αυτό είναι ιδιαίτερα χρήσιμο για τις εταιρείες που επεκτείνονται στις διεθνείς αγορές και την ανάγκη να μεταφράσουν το περιεχόμενό τους σε διάφορες γλώσσες, προσαρμοσμένες σε αυτές τις αγορές.
- Είναι φθηνότερο να διατηρούμε ένα CCMS
- Έχουμε μειωμένο κόστος μετάφρασης
- Το περιεχόμενο μπορεί να μεταφραστεί μία φορά
- Δίνει την δυνατότητα συνέπειας και υψηλής ποιότητας περιεχομένου που βοηθά στη χρηστικότητα
- Καταργεί την ανάγκη για επαναλαμβανόμενες ενημερώσεις, δημιουργία, αντιγραφή και επικόλληση.
- Διασφαλίζει ότι τα πρότυπα και η εταιρική επωνυμία τηρούνται σε όλους τους τομείς.
- Δίνει τη δυνατότητα για βελτιωμένη χρήση του χρόνου του προσωπικού και των πόρων
- Αποτέλεσμα αυτού το μειωμένο κόστος από τη βελτιωμένη επεξεργασία του περιεχομένου.

Το Component CMS είναι ιδανικό για τις εταιρείες που έχουν ένα ευρύ φάσμα περιεχομένου που απευθύνεται σε ένα ευρύ κοινό και περιλαμβάνει την κατάρτιση, υποστήριξη, τη διαφήμιση, το marketing και το ανθρώπινο δυναμικό.

3.4 Λογισμικά CMS Ανοικτού Κώδικα

Σε αυτή την ενότητα παραθέτουμε διάφορα συστήματα διαχείρισης περιεχομένου ανοικτού κώδικα. Κάποια εκ των οποίων είναι το Joomla!, το Drupal.

3.4.1 Joomla!



Το Joomla είναι ένα σύστημα διαχείρισης περιεχομένου το οποίο διατίθεται δωρεάν και είναι ανοικτού κώδικα, για δημοσίευση περιεχομένου στο διαδίκτυο. Είναι χτισμένο σε ένα model-View-Controller και η εφαρμογή που μπορεί να χρησιμοποιηθεί ανεξάρτητα από το CMS. Το Joomla είναι γραμμένο σε PHP, χρησιμοποιεί τεχνικές αντικειμενοστραφούς προγραμματισμού (OOP). Περιλαμβάνει χαρακτηριστικά όπως caching, RSS, εκτυπώσιμες εκδόσεις των σελίδων, ειδήσεις, blogs, δημοσκοπήσεις και αναζήτηση περιεχομένου.

Το Joomla είναι ένα βραβευμένο σύστημα διαχείρισης περιεχομένων (CMS), το οποίο επιτρέπει τη δημιουργία δικτυακών τόπων και δυνατών εφαρμογών άμεσης απόκρισης. Πολλές πτυχές του, όπως η ευκολία χρήσης του και η επεκτασιμότητά του, έχουν κάνει το Joomla το πιο δημοφιλές λογισμικό για δικτυακούς τόπους.

Το καλύτερο από όλα είναι ότι το Joomla είναι μια λύση ανοικτού κώδικα που είναι δωρεάν και διαθέσιμο προς όλους. Αυτό το σύστημα διαχείρισης παρακολουθεί κάθε είδος περιεχομένων ενός δικτυακού τόπου, πολύ παρόμοια με τον τρόπο που μια δημόσια βιβλιοθήκη παρακολουθεί τα βιβλία της και πού είναι αποθηκευμένα.

Τα περιεχόμενα μπορεί να είναι απλό κείμενο, φωτογραφίες, μουσική, βίντεο, έγγραφα, ή σχεδόν οτιδήποτε μπορεί κανείς να φαντασθεί. Ένα σημαντικό πλεονέκτημα της χρήσης του Joomla είναι ότι δεν απαιτεί σχεδόν καμία τεχνική δεξιότητα ή γνώση για τη διαχείρισή του. Αφού το Joomla διαχειρίζεται όλα τα περιεχόμενα, αυτό ελευθερώνει τον υπεύθυνο από αυτήν την εργασία⁵⁹.

3.4.2 Drupal



Το Drupal είναι ένα σύστημα διαχείρισης περιεχομένου το οποίο διατίθεται δωρεάν και είναι ανοικτού κώδικα, γραμμένο σε PHP και διανέμεται υπό την GNU General Public License. Χρησιμοποιείται τουλάχιστον από το 2,1% του συνόλου των ιστοσελίδων⁶⁰ σε όλο τον κόσμο και κυμαίνονται από προσωπικά blogs, εταιρίες, πολιτικές και κυβερνητικές ιστοσελίδες, τρανά παραδείγματα των οποίων είναι το WhiteHouse.gov και το data.gov.uk⁶¹.

Η τυποποιημένη έκδοση του Drupal, περιέχει τις βασικές λειτουργίες που είναι κοινές στα συστήματα διαχείρισης περιεχομένου. Αυτά περιλαμβάνουν την εγγραφή χρήστη και τη συντήρηση, τη διαχείριση του μενού, τροφοδοσίες RSS, ταξινόμηση, σελιδοποίηση παραμετροποίηση και διαχείριση του συστήματος. Η βασική εγκατάσταση του Drupal μπορεί να χρησιμεύσει ως μια απλή ιστοσελίδα, ένα blog ενός ή πολλαπλών χρηστών, ένα φόρουμ στο Διαδίκτυο κα.

3.4.3 WordPress



Το WordPress ξεκίνησε το 2003 με ένα μόνο κομμάτι του κώδικα για να ενισχύσει την τυπογραφία της καθημερινής γραφής. Από τότε έχει μεγαλώσει και είναι ένα από τα μεγαλύτερα blogging εργαλεία στον κόσμο, που χρησιμοποιείται σε εκατομμύρια ιστοσελίδες και θεωρείται από δεκάδες εκατομμύρια ανθρώπους κάθε μέρα.

Από τα έγγραφα μέχρι την τεκμηρίωση του κώδικα αλλά και τον ίδιο τον κώδικα, δημιουργήθηκαν από την κοινότητα που επεξεργάζεται τον κώδικα. Το WordPress είναι ένα έργο ανοικτού κώδικα, το οποίο σημαίνει ότι υπάρχουν εκατοντάδες άνθρωποι σε όλο τον κόσμο που εργάζονται πάνω σε αυτό. Αυτό σημαίνει ότι είμαστε ελεύθεροι να το

⁵⁹ <http://www.joomla.org/about-joomla.html>

⁶⁰ http://w3techs.com/technologies/overview/content_management/all

⁶¹ <http://en.wikipedia.org/wiki/Drupal>

χρησιμοποιήσουμε ανα πάσα ώρα και στιγμή χωρίς κόστος που είναι και ένα απο τα μεγάλα προσόντα του⁶².

3.4.4 Magento



Το Magento⁶³ είναι μια πλατφόρμα ανοικτού κώδικα e-Commerce, η οποία χρησιμοποιεί τις νεώτερες τεχνολογίες του web. Προσφέρει επαγγελματικές λειτουργίες, ευελιξία και έλεγχο της εμφάνισης, των περιεχομένων και της λειτουργικότητας του online καταστήματος. Με το Magento μπορεί να δημιουργηθεί μια ηλεκτρονική επιχείρηση με βολικές επιλογές εμφάνισης των προϊόντων και των καταλόγων, εκτεταμένη διαχείριση πελατών, προηγμένα στατιστικά, εργαλεία αναφορών και μάρκετινγκ και πολλά άλλα. Το Magento έχει ένα διαισθητικό περιβάλλον διαχείρισης, είναι πολύ κλιμακούμενο και βασίζεται σε ένα εκτενές δίκτυο υποστήριξης⁶⁴.

Παρακάτω παρατίθενται απλώς μερικά από τα χαρακτηριστικά του:

- Ενοποίηση με το Google Analytics
- Πολλαπλές εικόνες με ζουμ
- Προσθήκη σε Λίστες Επιθυμιών (Wishlist)
- Αποστολή σε έναν φίλο
- Μαζική εισαγωγή και εξαγωγή του καταλόγου
- Πληρωμή σε μια σελίδα
- Πολυγλωσσικό

3.4.5 WooCommerce

Ιστορία

Το Woocommerce αναπτύχθηκε από την Wordpress woocommerce από δύο προγραμματιστές τον Mike Jolley και τον Jay Koster. Είναι ένα open source e-commerce plugin για την Wordpress. Ξεκίνησε στις 27 Σεπτεμβρίου 2011 και έγινε πολύ γρήγορα γνωστό για την απλότητα του για την εγκατάσταση και παραμετροποίηση και είναι ελεύθερο στην φύση.

Χρήση

Το Woocommerce έχει υιοθετηθεί και χρησιμοποιείται από περισσότερους από 380.000 online εμπόρους λιανικής πώλησης. Για την δεύτερη εβδομάδα του Μαρτίου 2015

⁶² <https://wordpress.org/about/>

⁶³ <http://magento.com/>

⁶⁴ <http://en.wikipedia.org/wiki/Magento>

αναφέρθηκε ότι έτρεξε σε 24% των e-commerce sites στο διαδίκτυο με συνολικές λήψεις να φθάνουν 6.700.000.



3.5 Γλώσσες Προγραμματισμού

Γλώσσα προγραμματισμού είναι μια τεχνητή γλώσσα η οποία μπορεί να χρησιμοποιηθεί για τον έλεγχο μιας μηχανής, συνήθως ενός υπολογιστή. Οι γλώσσες προγραμματισμού αποτελούνται από συντακτικούς και εννοιολογικούς κανόνες, που ορίζουν τη δομή και το νόημα, αντίστοιχα, των προτάσεων της γλώσσας. Χρησιμοποιούνται για την εύκολη οργάνωση και διαχείριση πληροφοριών αλλά και για την ακριβή διατύπωση αλγορίθμων.

3.5.1 Html

Η HTML(hyper markup language) είναι η κύρια γλώσσα σήμανσης για ιστοσελίδες και τα στοιχεία της είναι βασικά δομικά στοιχεία των ιστοσελίδων. Η HTML γράφεται υπό την μορφή στοιχείων HTML τα οποία αποτελούνται από ετικέτες(tags),τα οποία βρίσκονται μέσα στα σύμβολα <...>. Οι ετικέτες λειτουργούν σαν ζεύγη με την πρώτη να ονομάζεται ετικέτα έναρξης και την δεύτερη ετικέτα λήξης π.χ. <h1> και </h1> και ανάμεσα τοποθετούμε κείμενο, πίνακες, εικόνες κλπ.

```
25 </head>
26 <body text="#000000(
  bgcolor="#FFFFFF">
27 <table width="1000"
28   <tr>
29     <td width="200"
30   </td>
31     <td valign="top"
32       <div align="c
33     </div>
34     <p class="Box
35     <h1 class="He
36     <p class="Cap
  Entertainment</a>
37     | <a href=
```


Ο σκοπός του web browser είναι να διαβάζει τα έγγραφα της HTML και να τα συνθέτει σε σελίδες για να μπορεί κάποιος να τις διαβάσει ή να τις ακούσει. Οι ετικέτες της HTML χρησιμοποιούνται για να ερμηνευτεί το περιεχόμενο της σελίδας. Επίσης ο web browser μπορεί να αναφέρεται σε στυλ μορφοποίησης CSS για να ορίσει την εμφάνιση και την διάταξη του κειμένου και του υπόλοιποι υλικού.

Τα στοιχεία της HTML χρησιμοποιούνται για την δημιουργία όλων των ιστότοπων. Επιτρέπει να εισάγουμε εικόνες και άλλα αντικείμενα μέσα στη σελίδα. Περιέχει μεθόδους δημιουργία δομημένων εγγράφων τα οποία καθορίζουν τα δομικά σημαντικά στοιχεία για το κείμενο όπως είναι οι κεφαλίδες, οι παράγραφοι, οι λίστες, οι σύνδεσμοι, οι παραθέσεις και άλλα. Με την βοήθεια της HTML μπορούν να ενσωματώνονται σενάρια εντολών όπως η Javascript.

Προέλευση

Το 1980 ένας φυσικός Τιμ Μπέρνερς Λι, που εργαζόταν στο CERN, επινόησε το ENQUIRE, ένα σύστημα χρήσης και διαμοιρασμού εγγράφων για τους ερευνητές του CERN, και κατασκεύασε ένα πρωτότυπό του. Το 1989 πρότεινε ένα σύστημα βασισμένο στο διαδίκτυο, το οποίο θα χρησιμοποιούσε υπερκείμενο. Έτσι, έφτιαξε την HTML και έγραψε τον browser και το λογισμικό εξυπηρετητή στα τέλη του 1990. Η πρώτη περιγραφή της HTML δόθηκε δημόσια το 1991 από τον Μπέρνερς Λι με το όνομα Ετικέτες HTML και περιέγραφε τα 20 στοιχεία που αποτελούσαν τον αρχικό σχεδιασμό της. Σήμερα υπάρχουν 13 από εκείνα τα αρχικά στοιχεία.

Ιστορικό εκδόσεων του προτύπου

24 Νοεμβρίου 1995

Η HTML 2.0 δημοσιεύτηκε ως IETF RFC 1866. Επιπλέον συμπληρωματικά RFC πρόσθεσαν δυνατότητες:

- 25 Νοεμβρίου 1995: RFC 1867 (ανέβασμα αρχείο από φόρμα)
- Μάιος 1996: RFC 1942 (πίνακες)
- Αύγουστος 1996: RFC 1980 (πελατοκεντικοί χάρτες εικόνων (client-side))
- Ιανουάριος 1997: RFC 2070 (διεθνοποίηση και τοπικοποίηση)

Τον Ιούνιο του 2000, όλα τα ανωτέρω χαρακτηρίστηκαν ως ξεπερασμένα ή ιστορικά, από το RFC 2854.

Ιανουάριος 1997

Η HTML 3.2 δημοσιεύτηκε ως Σύσταση από το W3C. Ήταν η πρώτη έκδοση που αναπτύχθηκε και προτυποποιήθηκε αποκλειστικά από το W3C, μια που το IETF έκλεισε την Ομάδα Εργασίας για την HTML τον Σεπτέμβριο του 1996.

Στην HTML 3.2 αφαιρέθηκαν εντελώς οι μαθηματικοί τύποι και οι υπερκαλύψεις που προέρχονταν από επεκτάσεις του προτύπου από τρίτους φορείς. Υιοθετήθηκαν οι περισσότερες από τις ετικέτες οπτικής διαμόρφωσης του Netscape αλλά παραλείφθηκαν οι ετικέτες blink του Netscape και marquee της Microsoft, μετά από κοινή συναίνεση και των

δύο εταιρειών. Για να συμπληρωθεί το κενό από την αφαίρεση της δυνατότητας αναπαράστασης μαθηματικών τύπων, προτυποποιήθηκε το MathML 14 μήνες αργότερα.

Δεκέμβριος 1997

Δημοσιεύτηκε η HTML 4.0 από το W3C, ως Σύσταση. Παρείχε τρεις εκδοχές:

- την Script, στην οποία απαγορεύεται η χρήση ξεπερασμένων στοιχείων,
- την Transitional, στην οποία επιτρέπονται τα ξεπερασμένα στοιχεία,
- την Frameset, στην οποία επιτρέπονται μόνο στοιχεία frame.

Απρίλιος 1998

Επανεκδίδεται η HTML 4.0 με μικρές αλλαγές, χωρίς να αλλάξει ο αριθμός έκδοσης.

Δεκέμβριος 1999

Δημοσιεύεται ως Σύσταση του W3C η HTML 4.01[21]. Προσέφερε τις ίδιες τρεις εκδοχές με την HTML 4.0. Τα πιο πρόσφατα λάθη και παραλείψεις (errata) δημοσιεύτηκαν στις 12 Μαΐου 2001.

Μάιος 2000

Με το ISO/IEC 15445:2000 προτυποποιείται η ISO HTML, βασισμένη στην HTML 4.01 Strict, ως διεθνές πρότυπο ISO/IEC. Αυτό το πρότυπο εμπίπτει στον τομέα του ISO/IEC JTC1/SC34 για τις γλώσσες περιγραφής και επεξεργασίας εγγράφων. Από τα μέσα του 2008, η HTML 4.01 και το ISO/IEC 15445:2000 είναι οι πιο πρόσφατες εκδόσεις της HTML. Παράλληλα αναπτύχθηκε η XHTML, βασισμένη στην XML, η οποία απασχόλησε την Ομάδα Εργασίας του W3C για την HTML από την αρχή μέχρι τα μέσα της δεκαετίας του 2000.

Χρονικό εκδόσεων προχείρων της HTML

Οκτώβριος 1991

Πρώτη δημοσίευση του HTML Tags, ενός ανεπίσημου εγγράφου του CERN αναφέρει δώδεκα ετικέτες HTML.

Ιούνιος 1992

Πρώτο ανεπίσημο πρόχειρο του HTML DTD, με επτά αναθεωρήσεις (15 Ιουλίου, 6 Αυγούστου, 18 Αυγούστου, 17 Νοεμβρίου, 19 Νοεμβρίου, 20 Νοεμβρίου, 22 Νοεμβρίου) .

Νοέμβριος 1992

Ανεπίσημο πρόχειρο HTML DTD 1.1 (το πρώτο με αριθμό έκδοσης, βασισμένο στις αναθεωρήσεις RCS, οι οποίες ξεκινούν με 1.1 αντί για 1.0).

Ιούνιος 1993

Δημοσιεύεται η Hypertext Markup Language από την Ομάδα Εργασίας IIR του IETF ως ένα πρόχειρο για το Διαδίκτυο. Αντικαταστάθηκε από μια δεύτερη έκδοση ένα μήνα αργότερα, ακολουθούμενη από έξι ακόμα πρόχειρα δημοσιευμένα από το ίδιο το IETF τα οποία τελικά οδήγησα στην HTML 2.0 με το RFC1866.

Νοέμβριος 1993

Δημοσιεύτηκε η HTML+ από το IETF ως Πρόχειρο-Διαδικτύου, και ως ανταγωνιστική πρόταση για το πρόχειρο της Hypertext Markup Language. Έληξε τον Μάιο του 1994.

Απρίλιος 1995 (γραμμένη τον Μάρτιο του 1995)

Η HTML 3.0 προτάθηκε ως πρότυπο από το IETF, αλλά η πρόταση έληξε πέντε μήνες αργότερα χωρίς άλλη ενέργεια. Περιείχε πολλές από τις δυνατότητες που συμπεριλαμβάνονταν στην πρόταση του Raggett για την HTML+, όπως την υποστήριξη για πίνακες, τη ροή κειμένου γύρω από εικόνες και την προβολή πολύπλοκων μαθηματικών τύπων.



Εικόνα 2

Πηγή: <http://static1.squarespace.com/static/543c4cbce4b0c63f5a37ec43/t/54b467f4e4b0085b58933e2f/1421109237098>

3.5.2 Ccss

CSS (Cascading Style Sheets) ή (αλληλουχία φύλλων στυλ). Είναι μια γλώσσα υπολογιστή που χρησιμοποιείται για τον έλεγχο της εμφάνισης ενός εγγράφου που είναι γραμμένο σε HTML και XHTML, δηλαδή χρησιμοποιείται για να ελεγχούμε την εμφάνιση μιας ιστοσελίδας και γενικά ενός ιστοτόπου.

Η CSS είναι επίσης μια γλώσσα υπολογιστή απαραίτητη για την στυλιστική ανάπτυξη μιας ιστοσελίδας π.χ. χρώμα, στοίχιση και δίνει περισσότερες δυνατότητες από την HTML. Η χρήση της CSS κρίνεται απαραίτητη για μια όμορφη και πολύ καλά σχεδιασμένη ιστοσελίδα.

3.5.3 Javascript

Η JAVASCRIPT είναι μια διερμηνευμένη γλώσσα προγραμματισμού για υπολογιστές. Είναι μια γλώσσα σεναρίων που βασίζεται στα πρωτότυπα, είναι δυναμική, με ασθενείς τύπους και έχει συναρτήσεις ως αντικείμενα πρώτης τάξης. Η σύνταξη της βασίστηκε στην γλώσσα C, ενσωματώνοντας και χαρακτηριστικά από νεότερες γλώσσες. Από τις γλώσσες προγραμματισμού SELF και SCHEME πήρε τις βασικές αρχές σχεδιασμού της. Επίσης χρησιμοποιείται και σε εφαρμογές εκτός ιστοσελίδων όπως σε έγγραφα PDF και σε μικρές εφαρμογές στην επιφάνεια εργασίας.



Εικόνα 3

Πηγή: <http://www.javiernunez.com/wp-content/uploads/2015/02/JavaScriptLogo.png>

Ιστορία

Η JAVASCRIPT δημιουργήθηκε αρχικά από τον BRENDAN EICH της εταιρείας NETSCAPE με την επωνυμία MOCHA η οποία μετονομάστηκε σε LIVESCRIPT και στην συνέχεια σε JAVASCRIPT, επειδή η ανάπτυξη της επηρεάστηκε από την γλώσσα προγραμματισμού JAVA.

Η JAVASCRIPT έφερε μεγάλη επιτυχία ως γλώσσα στην πλευρά του πελάτη για την εκτέλεση κώδικα σε ιστοσελίδες και περιλήφθηκε σε διάφορα προγράμματα περιήγησης στο WEB. Η JAVASCRIPT περιλήφθηκε στο πρόγραμμα INTERNET EXPLORER εκδοχή 3.0 το οποίο κυκλοφόρησε τον Αύγουστο του 1996. Σήμερα η JAVASCRIPT είναι από τις πιο δημοφιλείς γλώσσες προγραμματισμού ηλεκτρονικών υπολογιστών στον Παγκόσμιο Ιστό. Στην αρχή πάρα πολλοί επαγγελματίες προγραμματιστές την υποτίμησαν σαν γλώσσα αλλά αργότερα με την χρήση την τεχνολογίας AJAX, ήρθε στο προσκήνιο με πιο επαγγελματική προσοχή προγραμματισμού.

Javascript και Java

Η χρήση της λέξης "JAVA" στο όνομα της γλώσσας δεν σημαίνει πως είναι βασισμένη στην γλώσσα προγραμματισμού JAVA. Αυτό συμβαίνει γιατί και οι δύο γλώσσες είναι βασισμένες στην γλώσσα C, ειδικά στο συντακτικό, ενώ είναι και οι δύο αντικειμενοστραφείς γλώσσες.

Δείγμα Κώδικα Javascript

Ο κώδικας Javascript μιας σελίδας αποτελείται από τις ετικέτες της HTML <script type="text/javascript"> και </script>. Για παράδειγμα, ο ακόλουθος κώδικας Javascript εμφανίζει ένα πλαίσιο διαλόγου με το κείμενο "Γεια σου, κόσμε!":

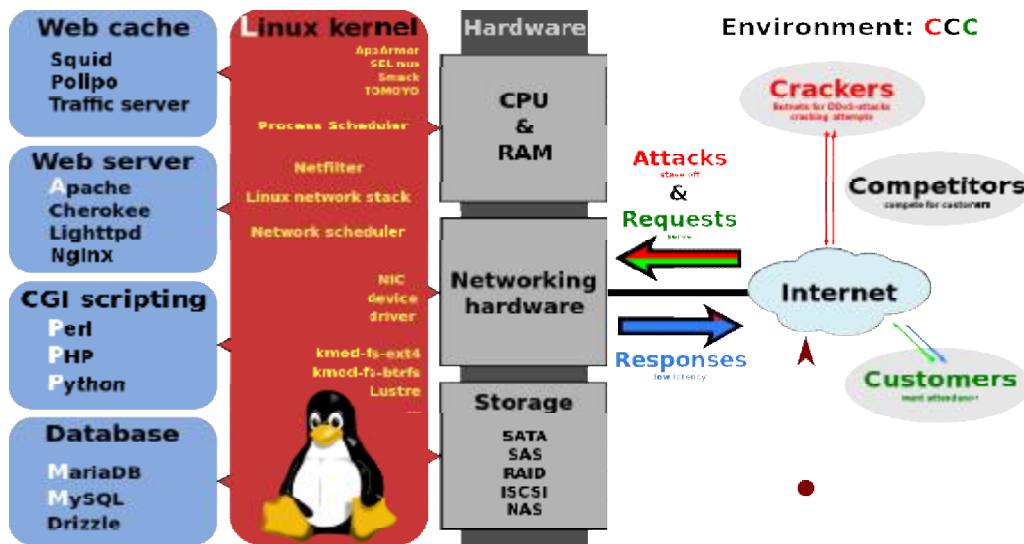
```
<script type="text/javascript">
alert("Γεια σου, κόσμε!");
</script>
```

Αν ο κώδικας Javascript περιέχει περισσότερες από μία εντολές, αυτές θα πρέπει να διαχωριστούν μεταξύ τους με το χαρακτήρα του ελληνικού ερωτηματικού ';' (δηλαδή της λατινικής άνω τελείας). Η χρήση του χαρακτήρα αυτού για την τελευταία εντολή δεν είναι απαραίτητη. Η διαχώριση των εντολών στους νεότερους φυλλομετρητές (browsers) δεν είναι απαραίτητη. Μια άλλη βασική εντολή, η window.prompt("μήνυμα προς το χρήστη"), ζητάει από το χρήστη να συμπληρώσει ένα κομμάτι μιας αίτησης απευθείας ώστε τα δεδομένα να χρησιμοποιηθούν σαν κείμενο:

```
<script>
var FIRSTvariable = window.prompt("PLEASE FILL IN YOUR NAME")
alert("Your name is " + FIRSTvariable + ".")
</script>
```

2.5.4 PHP

Η PHP είναι μια γλώσσα προγραμματισμού για την δημιουργία σελίδων web με δυναμικό περιεχόμενο. Ένα αρχείο με κώδικα PHP πρέπει να έχει την κατάλληλη επέκταση π.χ. php, php4, phtml κ.α.. Ο διακομιστής Apache χρησιμοποιείται σε συστήματα με τα λειτουργικά συστήματα GNU/Linux, Microsoft windows, mac os x.



Εικόνα 4

Πηγή: https://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/thumb/8/82/LAMP_software_bundle.svg/1024px-LAMP_software_bundle.svg.png

Ιστορία

Το 1994 ο φοιτητής RASMUS LERDORF δημιούργησε ένα απλό script με όνομα php.cgi, για προσωπική του χρήση. Το δημιούργησε για να διατηρεί μια λίστα στατιστικών για τα άτομα που έβλεπαν online το βιογραφικό του. Αργότερα το έστειλε σε φίλους του, οι οποίοι άρχισαν να του ζητούν να το αναπτύξει και να προσθέσει επιπλέον λειτουργίες. Στην αρχή ονομαζόταν PHP/FI (personal home page/form interpreter). Το 1997 το αναβάθμισε σε PHP/FI 2.0 βασισμένος στην γλώσσα C και πρόσθεσε περισσότερους από 50.000 ιστότοπους που την χρησιμοποιούσαν. Αργότερα το 1998 ακολούθησε η PHP 4, ενώ τον Ιούλιο του 2004 δίνεται η έκδοση 5. Ήδη έχουν διατεθεί και οι πρώτες δοκιμαστικές εκδόσεις της PHP 6. Οι περισσότεροι ιστότοποι χρησιμοποιούν κυρίως τις εκδόσεις 4 και 5 της PHP.

4. Παραδείγματα Επιχειρήσεων στο Διαδίκτυο

Σε αυτή την ενότητα θα παραθέσουμε παραδείγματα εταιρειών που είναι οι καλύτερες στο ηλεκτρονικό εμπόριο και αποτελούν παράδειγμα.

4.1 Το παράδειγμα του eBay



Η επιχείρηση eBay Incorporation⁶⁵ είναι μια αμερικανική πολυεθνική εταιρεία και εταιρεία ηλεκτρονικού εμπορίου, παρέχοντας μεταξύ καταναλωτών και επιχειρήσεων υπηρεσίες πωλήσεων σε καταναλωτές μέσω του Διαδικτύου. Έχει την έδρα της στο Σαν Χοσέ της Καλιφόρνια των Ηνωμένων Πολιτειών. Το eBay ιδρύθηκε από τον Pierre Omidyar το 1995, και έγινε μια αξιοσημείωτη ιστορία επιτυχίας της άνθησης των dot-com εταιρειών⁶⁶ (ή αλλιώς dot-com bubble). Είναι μια από τις μεγαλύτερες επιχειρήσεις διεθνώς, με έσοδα πολλών δισεκατομμυρίων δολαρίων και με δραστηριότητες σε πάνω από τριάντα χώρες.

Το eBay είναι ένας ιστότοπος ηλεκτρονικών δημοπρασιών στον οποίο οι άνθρωποι και οι επιχειρήσεις αγοράζουν και πωλούν ένα ευρύ φάσμα προϊόντων και υπηρεσιών σε όλο τον κόσμο. Εκτός από πωλήσεις με δημοπρασία, η ιστοσελίδα έχει έκτοτε επεκταθεί και συμπεριλαμβάνει αγορές «Buy it Now», που σημαίνει ότι δεν χρειάζεται κάποιος πιθανός καταναλωτής να μπει στη διαδικασία δημοπρασίας, αλλά να αγοράσει με ένα “κλικ” το προϊόν που επιθυμεί.

4.1.1 Χαρακτηριστικά του eBay

Τα τελευταία χρόνια η ιστοσελίδα του eBay έχει δώσει κύρια έμφαση στα widgets για να βοηθήσει πιθανούς καταναλωτές ή πωλητές να αγοράζουν και να πωλούν πιο εύκολα και με νέους τρόπους. Όμως πολλές από αυτές δεν αξιοποιούνται επαρκώς από πολλούς χρήστες.

Παραθέτουμε κάποια από αυτά τα χαρακτηριστικά παρακάτω:

- **Κουμπιά και λίστες Κοινωνικής Δικτύωσης (Social buttons).** Στο πάνω δεξί μέρος κάθε λίστας στο eBay θα δείτε τέσσερα μικρά, τετράγωνα κουμπιά τοποθετημένα σε οριζόντια γραμμή. Αυτά τα κουμπιά προσφέρουν σύνδεση με το ηλεκτρονικό ταχυδρομείο, για να μοιραστούμε μια λίστα στο Facebook, να κάνουμε Tweet μια λίστα, κ.α.

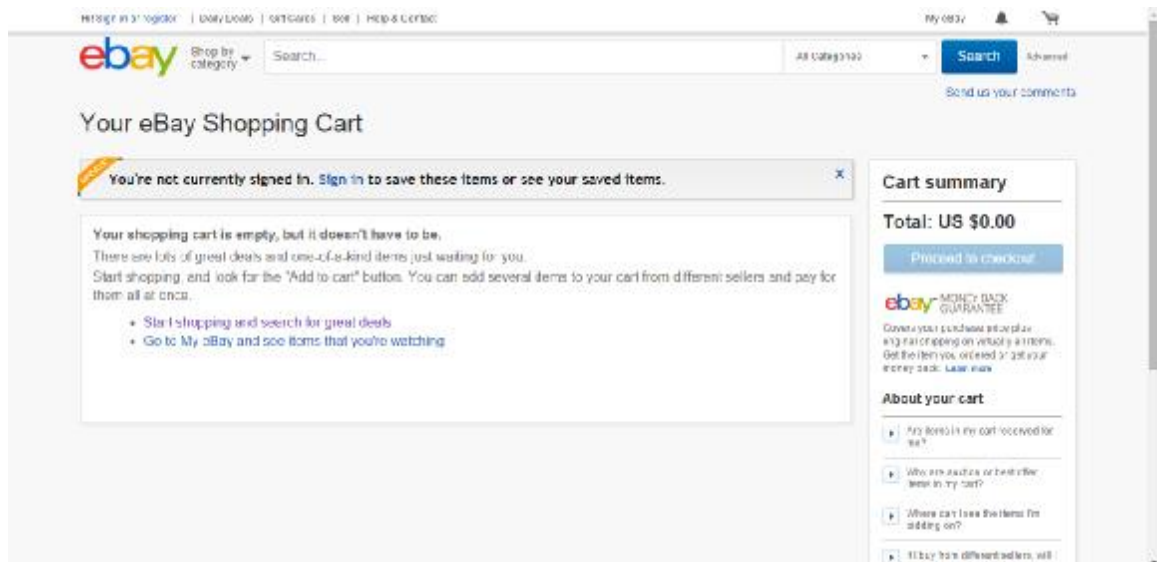
⁶⁵ <http://www.ebay.com/>

⁶⁶ http://en.wikipedia.org/wiki/Dot-com_bubble



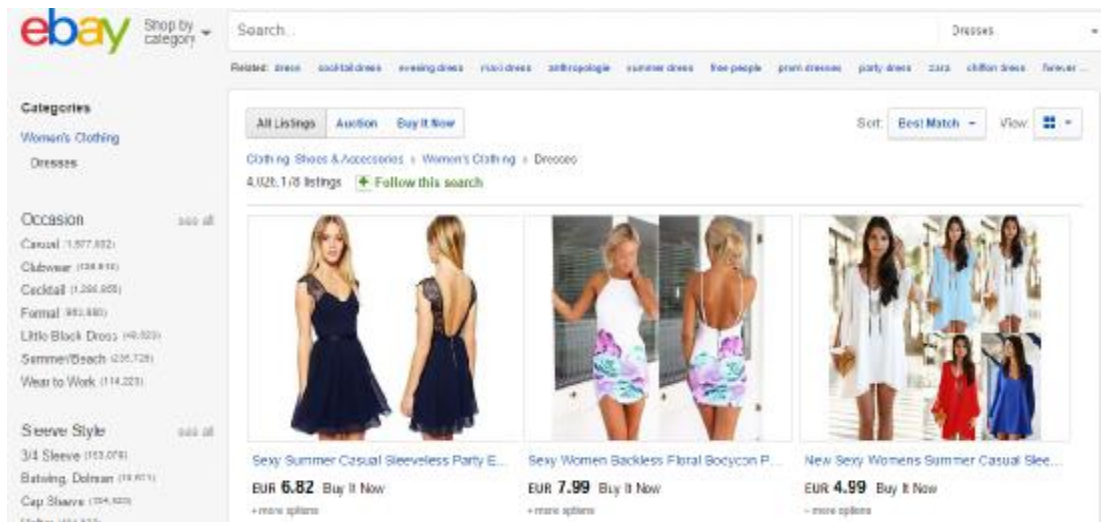
Εικόνα 5 - Κομπιά Κοινωνικής Δικτύωσης eBay

- **Το καλάθι αγορών (The shopping cart).** Για χρόνια το καλάθι αγορών ήταν μια από τις πιο περιζήτητες δυνατότητες του eBay. Αυτή η αλλαγή τελικά ενσωματώθηκε αλλά πολλοί απο τους χρόνιους χρήστες του eBay έχουν αποτύχει να το παρατηρήσουν ή να το χρησιμοποιήσουν. Το καλάθι αγορών μπορεί να κάνει την αγορά πολλών προϊόντων, δεδομένου ότι μπορούμε να πληρώσουμε για όλα αυτά με ένα μόνο “κλικ” στο τέλος της διαδικασίας της αγοράς.



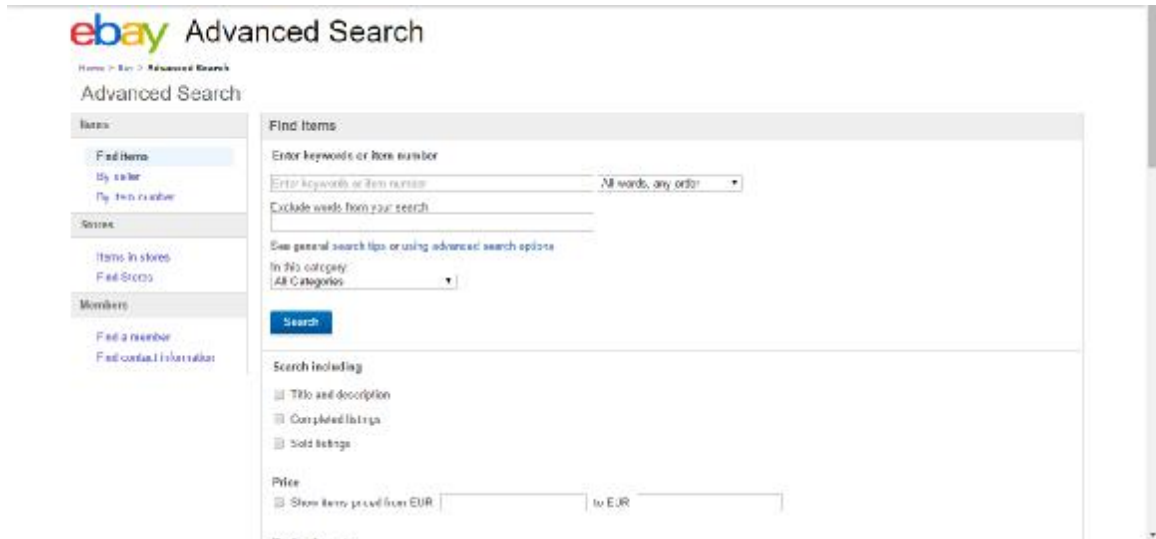
Εικόνα 6 - Το καλάθι αγορών του eBay

- **Άμεση πώληση (Buy it Now).** Σε κάθε δεδομένη στιγμή, υπάρχουν κάποια προϊόντα υψηλής ζήτησης με σταθερή τιμή της αγοράς. όπως smartphones και tablets. Το eBay έχει εφαρμόσει ένα πρόγραμμα ώστε μπορεί ο οποιοσδήποτε να αγοράσει αυτά τα προϊόντα σε καθορισμένη τιμή από κάθε πωλητή που με εύκολο τρόπο, με την επιλογή Buy it Now.



Εικόνα 7 - Επιλογή Buy It Now eBay

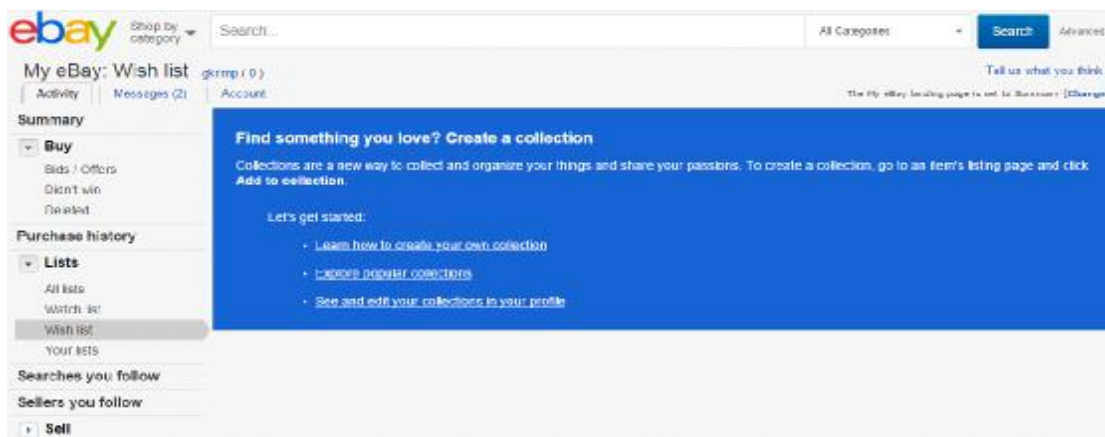
- **Σύνθετη Αναζήτηση (Advanced Search).** Στην άκρα δεξιά μεριά του πλαισίου αναζήτησης στην αρχική σελίδα του eBay υπάρχει ο σύνδεσμος Advanced. Αν κάνουμε “κλικ” θα δούμε ένα πλαίσιο αναζήτησης που επιτρέπει αναζητήσεις με βάση την τοποθεσία, το εύρος τιμών, τη μορφή αγοράς, τον αριθμό των προσφορών, το νόμισμα της πώλησης, κ.α.



Εικόνα 8 - Σύνθετη Αναζήτηση eBay

- **Βελτιωμένα κριτήρια αναζήτησης.** Αφού εκτελέσετε μια αναζήτηση με λέξη-κλειδί, μπορούμε να το αναζητήσουμε χρησιμοποιώντας τις συνδέσεις και τις επιλογές στην αριστερή πλευρά της οθόνης μας. Για παράδειγμα, μετά την αναζήτηση για ένα στοιχείο, μπορούμε να εισάγουμε ένα εύρος τιμών για να περιορίσουμε τα αποτελέσματα που παρουσιάζονται με βάση την τιμή.

- **Προϊόντα και αξιολογήσεις μέσω του καταλόγου του eBay (Products and reviews).** Αφού εκτελέσουμε μια αναζήτηση στο eBay, μπορούμε να χρησιμοποιήσουμε την καρτέλα "Προϊόντα & Κριτικές" στην κορυφή της λίστας για να δείξει τα αποτελέσματά μας ως μια σειρά προϊόντων (μάρκα και μοντέλο) και σχόλια των χρηστών, παρά ως μια σειρά των επιμέρους καταχωρήσεων. Επιλέγοντας αυτή την καρτέλα θα δούμε τα προϊόντα από μάρκα και μοντέλο, με όλες τις καταχωρήσεις για ένα συγκεκριμένο προϊόν. Κατά την άποψη αυτή μπορούμε επίσης να ταξινομήσουμε με τρόπους όπως π.χ. η «υψηλότερη βαθμολογία» με τον αριθμό των αστεριών.
- **Η λίστα επιθυμιών (Wish List).** Όπως μπορούμε να δούμε τα προϊόντα σε κατάλογο (χρησιμοποιώντας τη καρτέλα «Προϊόντα & Κριτικές»), βλέπουμε ένα σύνδεσμο στο κάτω αριστερό μέρος κάθε σελίδας για να προσθέσουμε το προϊόν στην. Μια λίστα επιθυμιών του eBay είναι ένα μέρος όπου μπορούμε να συγκεντρώσουμε μια λίστα με τα πράγματα που θα θέλαμε να έχουμε.



Εικόνα 9 - Λίστα Επιθυμιών eBay

- **Οι Συλλογές μου (My Collections).** Το eBay χρησιμοποιεί αυτά τα δεδομένα για να μας βοηθήσουν να αποφασίσουμε τι είδους προϊόντα μπορεί να μας ενδιαφέρει να δούμε περισσότερα από κάποια άλλα, και να μας βοηθήσει να μοιραστούμε τις επιθυμίες μας με τους φίλους μας. Μπορούμε να δούμε την τρέχουσα λίστα αγαπημένων μας αν συνδεθούμε και επισκεφθούμε την σελίδα⁶⁷.

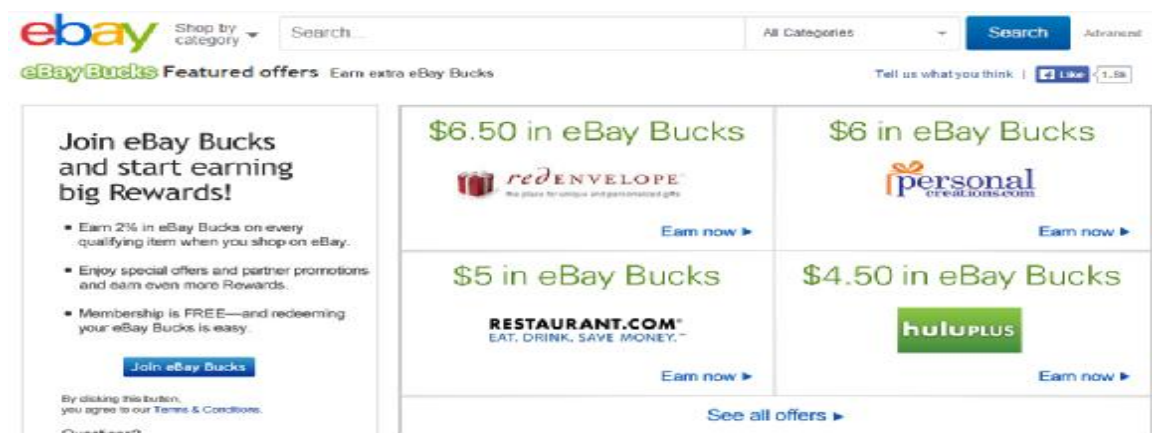
⁶⁷ <http://www.ebay.com/cln>

- **Αναφορά γνησιότητας (Report Item).** Αν δούμε κάτι που είμαστε βέβαιοι ότι είναι πλαστό ή παραποιημένο ή δούμε μια παραβίαση κανόνων ή ακόμα και κάτι ύποπτο, μπορούμε να χρησιμοποιήσουμε το σύνδεσμο " Report Item " στην άκρα δεξιά μεριά κάθε στοιχείου στη λίστα ακριβώς πάνω από τον αριθμό του στοιχείου, μπορούμε να αναφέρουμε το αντικείμενο απευθείας στο eBay για εξέταση, χωρίς περαιτέρω ταλαιπωρία για εμάς.



Εικόνα 10 - Αναφορά Γνησιότητας eBay

- **Bucks and Bill Me Later.** Τα δύο αυτά προγράμματα μάρκετινγκ εμφανίζονται στην ίδια περιοχή σε κάθε λίστα. Το πρόγραμμα Bucks παρέχει επιστροφή μετρητών για τις eBay αγορές, αν ψωνίζουμε πολύ στο eBay. Το Bill Me Later πρόγραμμα είναι ουσιαστικά μια πιστωτική γραμμή, κάτι σαν ένα πρόγραμμα πιστωτικής κάρτας⁶⁸.



Εικόνα 11 - eBay Bucks

⁶⁸ <http://ebay.about.com/> 2/6/2015



Earn 50% more + \$10 in eBay Bucks on your first purchase when you checkout with PayPal and choose PayPal Credit.

Plus, get special financing for up to 6 months when you checkout with PayPal and choose PayPal Credit. Apply now and get a decision in seconds.

Subject to credit approval. See terms below.

Apply Now

Εικόνα 12 - eBay Bill Me Later

4.2 Το παράδειγμα της Amazon

amazon.com[®]

Η Amazon είναι μια αμερικανική εταιρεία ηλεκτρονικού εμπορίου με έδρα το Σιάτλ της Ουάσιγκτον. Είναι η μεγαλύτερη που εταιρεία διαδικτυακής λιανικής πώλησης στις Ηνωμένες Πολιτείες. Η Amazon.com ξεκίνησε ως ένα online βιβλιοπωλείο, αλλά σύντομα διαφοροποιήθηκε, πουλώντας DVDs, Blu-ray, CD, βίντεο, MP, λογισμικό, βίντεο παιχνίδια, ηλεκτρονικά είδη, είδη ένδυσης, έπιπλα, τρόφιμα, παιχνίδια και κοσμήματα. Η εταιρεία παράγει επίσης ηλεκτρονικά κυρίως, Amazon Kindle e-book readers και αποτελεί σημαντικό φορέα παροχής των υπηρεσιών υπολογιστικού νέφους (cloud computing).

Η Amazon έχει ξεχωριστές ιστοσελίδες λιανικής πώλησης για τις Ηνωμένες Πολιτείες, το Ηνωμένο Βασίλειο και την Ιρλανδία, τη Γαλλία, τον Καναδά, τη Γερμανία, την Ολλανδία, την Ιταλία, την Ισπανία, την Αυστραλία, τη Βραζιλία, την Ιαπωνία, την Κίνα, την Ινδία και το Μεξικό⁶⁹.

⁶⁹ <http://en.wikipedia.org/wiki/Amazon.com> 2/6/2015

4.2.1 Κύρια Χαρακτηριστικά της Amazon

Όταν μπαίνουμε στην αρχική σελίδα του Amazon, αυτό που ξεχωρίζει είναι το τμήμα πλοήγησης στο άνω-αριστερά άκρο είναι το πεδίο των κατηγοριών και το πεδίο αναζήτησης.



Εικόνα 13 - Κριτήρια Αναζήτησης Amazon

- Ο χρήστης έχει τη δυνατότητα να βρεί γρήγορα και να αναζητήσει προϊόντα για αγορά.
- Ο πωλητής είναι σε θέση να επεξεργάζεται γρήγορα και online τις αγορές.

Η τεχνική ομάδα της Amazon που αποτελείται από σχεδιαστές έχουν κάνει εμφανή και βέβαια ότι αυτά τα δύο στοιχεία στη δομή της ιστοσελίδας είναι εμφανή και μπορούν να χρησιμοποιηθούν.

- **Περιεχόμενο προσαρμοσμένο στον τρέχοντα χρήστη.**

Από τη στιγμή που έχει καθιερωθεί η αναζήτηση προϊόντων της ιστοσελίδας και η δυνατότητα για online αγορές, οι χρήστες πιθανότατα θέλουν να επωφεληθούν από τις δυνατότητες αμέσως, αρχίζοντας με την αναζήτηση. Η Amazon χρησιμοποιεί cookies για να κρατήσει ένα χρήστη συνδεδεμένο, και οι αγοραστικές συνήθειες του χρήστη παρακολουθούνται και αποθηκεύονται στην πλευρά του διακομιστή (server-sided). Δηλαδή προσαρμόζει δυναμικά την εμπειρία του χρήστη που βασίζεται σε προγενέστερες αναζητήσεις, προβολές σελίδων, λίστα επιθυμιών, γραπτές αναφορές και, εν τέλει, οι αγορές.

- **Εμφάνιση σχετικών προϊόντων.**

Ένα παράδειγμα των εξατομικευμένων περιεχομένων φαίνεται στην αρχική σελίδα, η οποία τροποποιεί το κύριο περιεχόμενο με βάση το πώς ο χρήστης έχει αλληλεπιδράσει με τη λειτουργία αναζήτησης προϊόντων.

Frequently Bought Together

Price for both: \$27.52

[Add both to cart](#)
[Add both to Wish List](#)
 Show availability and shipping details

This item: **Learn CSS in One Day and Learn It Well (includes HTML5): CSS for Beginners with Hands-on Project, The Only Book You Need to Start Coding in CSS...** by Anne Cross Paperback: \$5.41
 A Smarter Way to Learn HTML & CSS: Learn It Faster, Remember It Longer (Alder + 2) by Mark Myers Paperback: \$17.96

Customers Who Bought This Item Also Bought

<p>Learn Python in One Day and Learn It Well... Paperback \$17.96</p>	<p>JavaScript: The Good Parts... Paperback \$10.99</p>	<p>A Smarter Way to Learn HTML & CSS... Paperback \$17.96</p>	<p>A Smarter Way to Learn JavaScript... Paperback \$17.96</p>	<p>CSS3: The Missing Manual... Paperback \$21.25</p>	<p>HTML: JavaScript & jQuery... Paperback \$11.25</p>
---	--	---	---	--	---

Εικόνα 14 - Προβολή σχετικών προϊόντων

• **Σχόλια Χρηστών και κριτικές**

Κάτω απο κάθε προϊόν που αναζητά ο χρήστης όπως βλέπουμε και στην εικόνα παρακάτω οι χρήστες βαθμολογούν με αστέρια το προϊόν το οποίο έχουν αγοράσει σε παλαιότερη χρονική στιγμή, και δίνουν κριτικές για το προϊόν.

Feedback

If you have a question or problem, visit our Help pages.
 If you are a seller for this product and want to change product data, click here (you may have to sign in with your seller ID).

Customer Reviews

★★★★★ 14
 5.3 out of 5 stars

5 star: 100%
 4 star: 0%
 3 star: 0%
 2 star: 0%
 1 star: 0%

Write a customer review
 Share your thoughts with other customers

Most Helpful Customer Reviews

6 of 6 people found the following review helpful
 ★★★★★ This is great CSS training
 By TechFLReader on October 12, 2015
 Verified Purchase
 I have been somewhat coding my own websites for several years. What I do is start out with some sort of template at other site and then figure out how to add the changes I want to make them unique. This was frustrating at best when you aren't familiar enough with CSS so I finally got the ball and bought a book. I'm glad that I bought the right one because this one rocks! I don't think that I get through the entire book in one day but this made learning CSS so much easier than I thought it would be. There are numerous examples

Amazon Fashion

SUMMER STRIPES
 BY JACK SPADE
 Men's Clothing
 \$12.99

Most Recent Customer Reviews

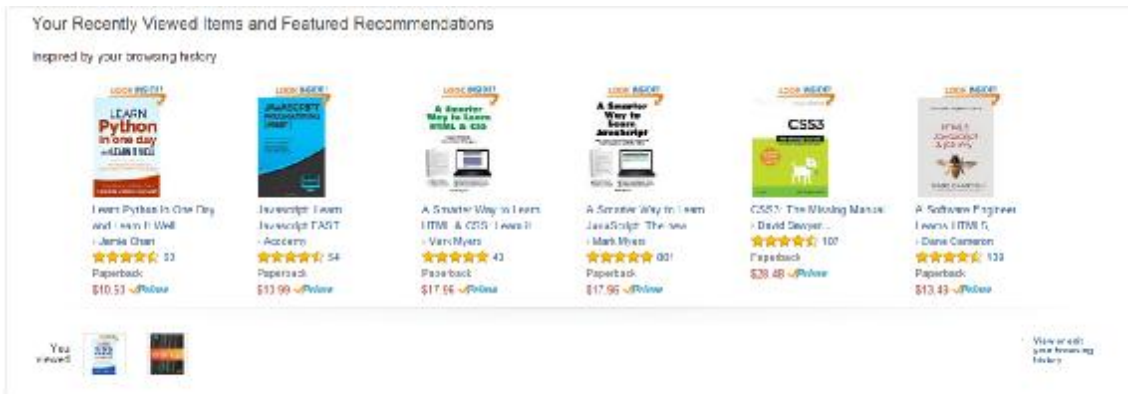
★★★★★ An excellent book.
 This book is good, a little to understand, but it is comprehensive enough for a novice to learn. It is worth to read and buy.
 Published 17 days ago by Tim

★★★★★ Recommended

Εικόνα 15 - Κριτικές Πελατών Amazon

• **Προτεινόμενες Συστάσεις**

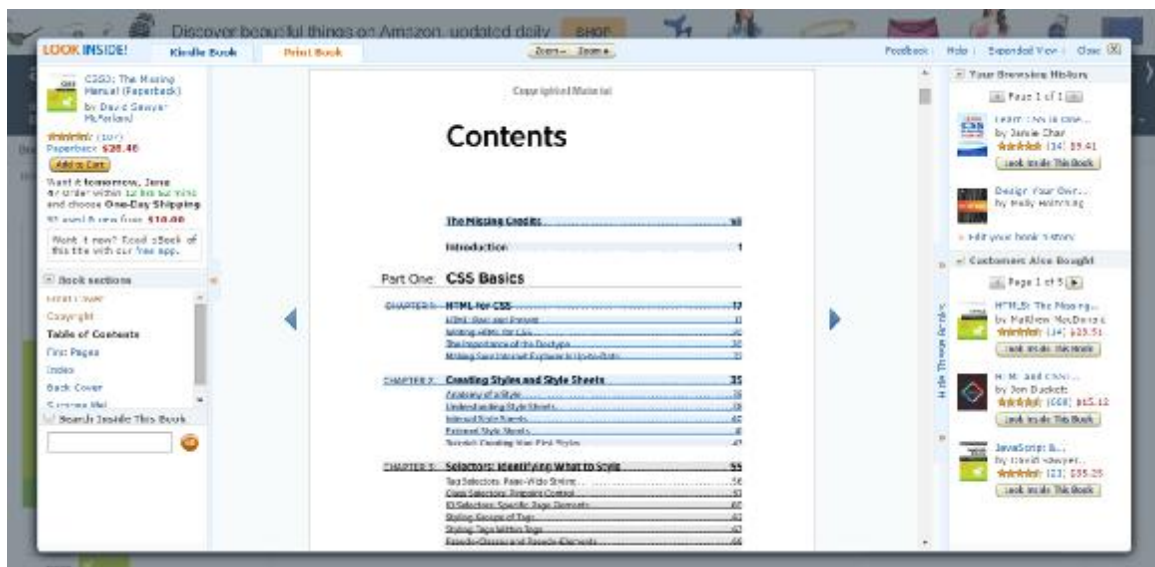
Στην αρχική σελίδα του Amazon στο κάτω μέρος της ιστοσελίδας προβάλλει προϊόντα τα οποία συστήνονται στον πελάτη ανάλογα με το τι προϊόντα έχει επισκεφθεί και αναζητήσει.



Εικόνα 16 - Συστάσεις Προϊόντων Amazon

• **Επιλογή δεξ μέσα στο βιβλίο**

Τα βιβλία είναι ένα από τα πιο συχνά είδη που αγοράζει κάποιος στο Amazon. Το "δεξ μέσα" χαρακτηριστικό επιτρέπει στους πιθανούς καταναλωτές να δουν ορισμένα τμήματα των βιβλίων: συνήθως το μπροστινό κάλυμμα, πίνακα περιεχομένων, πρώτη σελίδ, δείκτη και το πίσω κάλυμμα. Αυτό μπορεί να είναι εξαιρετικά χρήσιμο, διότι οι καταναλωτές είναι συνήθως σε θέση να πουν από μια ματιά στο πίνακα των περιεχομένων ή την εισαγωγή εάν ένα βιβλίο τους ταιριάζει.



Εικόνα 17 - Επιλογή "Δεξ μέσα" Amazon

· Προσαρμόσιμο Ιστορικό και Συστάσεις

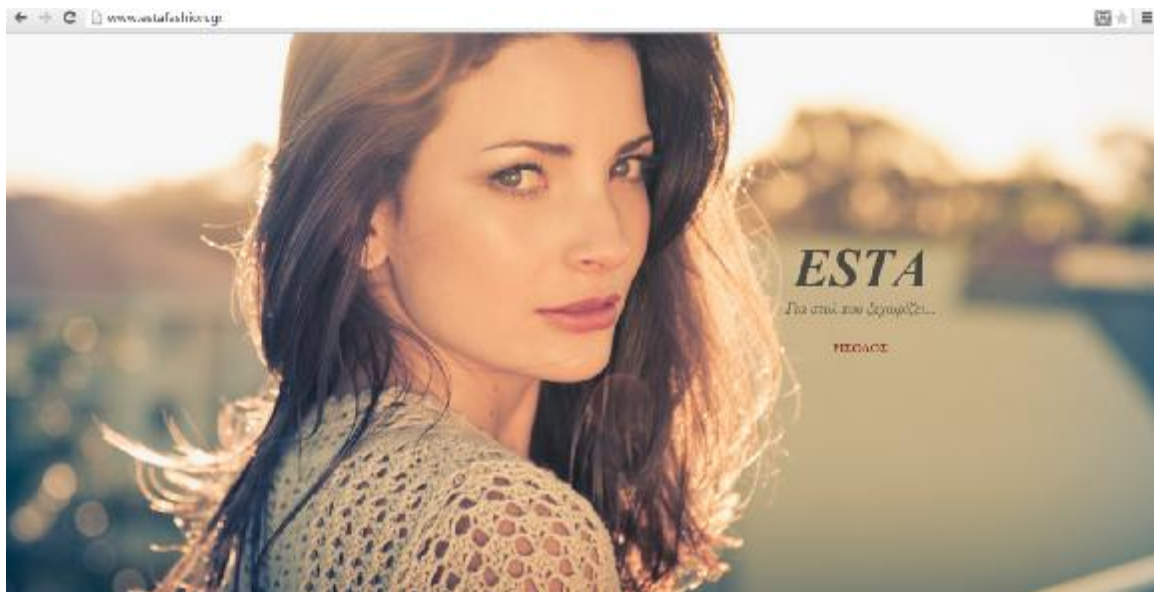
Η Amazon δίνει την δυνατότητα σε κάθε χρήστη να προσαρμόσει το ιστορικό του αλλά και τι επιλογές να δείχνει απο τις συστάσεις ανάλογα με τις επιθυμίες του χρήστη.



Εικόνα 18 - Προσαρμόσιμο Ιστορικό/Συστάσεις Amazon

4.3 Το ελληνικό παράδειγμα της εταιρείας Esta fashion

Η Esta fashion⁷⁰ είναι ένα παράδειγμα ελληνικής εταιρείας η οποία δραστηριοποιείται στον τομέα του ρουχισμού για γυναίκες. Ιδιαίτερα η δράση της ξεκινάει στην περιοχή της Πάτρας, με κατάστημα και περιεχόμενο που εξυπηρετεί και τους πιο απαιτητικούς καταναλωτές. Πριν λίγο καιρό η εταιρεία έκανε το βήμα προς το ηλεκτρονικό κόσμο του εμπορίου.



Εικόνα 19 - Αρχική Σελίδα Esta Fashion

⁷⁰ <http://www.estafashion.gr/> 3/6/2015

Η εταιρεία έχει απλό μενού το οποίο διευκολύνει τους πιθανούς πελάτες να αναζητήσουν ρούχα ανάλογα με την περίπτωση.

Η επιλογή που μας δίνει το ηλεκτρονικό καταστημα της Esta fashion είναι να πλοηγηθούμε στην ιστοσελίδα της εταιρείας και και κάτω απο κάθε φόρεμα υπάρχει κάποιος κωδικός με το οποίο σχετίζεται έτσι ώστε με αυτόν τον κωδικό να μπορέσουμε να παραγγείλουμε το εκάστοτε προϊόν.



Εικόνα 20 - Κωδικοί Προϊόντων Esta Fashion

5. Δυνατότητες του Wordpress

Παρακάτω παραθέτουμε μια λίστα που περιλαμβάνει κάποια από τα χαρακτηριστικά και τις δυνατότητες του συστήματος διαχείρισης περιεχομένου Wordpress. Η λειτουργικότητα του WordPress είναι πολύ μεγάλη λόγω των πρόσθετων που υπάρχουν ελεύθερα στο διαδίκτυο. Επίσης, οποιοσδήποτε προγραμματιστής μπορεί ελεύθερα να τροποποιήσει τον κώδικα όπως επιθυμεί χωρίς κόστος. Το WordPress είναι πλήρως συμμορφωμένο με τα πρότυπα του W3C⁷¹. Ο W3C είναι ένας διεθνής οργανισμός ανάπτυξης κανόνων και προτύπων για θέματα που αφορούν την δημιουργία ιστοσελίδων.

5.1 Χαρακτηριστικά του WordPress

- Σχόλια

Το WordPress δίνει την δυνατότητα στους επισκέπτες μιας ιστοσελίδας να αφήνουν σχόλια σε ξεχωριστές αναρτήσεις. Ο διαχειριστής έχει την επιλογή να ενεργοποιήσει ή να απενεργοποιήσει τη δυνατότητα αυτή.

- Προστασία από spam

Επίσης περιέχει εργαλεία όπως μια ενσωματωμένη «μαύρη λίστα» και έναν μηχανισμό ελέγχου και διαχείρισης σχολίων spam, καθώς και μια πλειονότητα από plugins που επιτρέπουν αυτή τη δυνατότητα.

- Οι σελίδες

Οι σελίδες επιτρέπουν στον χρήστη ή στον διαχειριστή να χειριστεί το περιεχόμενο εύκολα.

- Δε χρειάζεται ‘‘ανοικοδόμηση’’

Οποιοσδήποτε τυχόν αλλαγές συμβούν κατά την αλλαγή θεμάτων (templates) ή εισαγωγή δεδομένων, μπορούν να γίνουν εύκολα χωρίς την ‘ανοικοδόμηση’ των στατικών σελίδων⁷²

- Τα θέματα στο Wordpress

Οι ποικιλία θεμάτων μπορούν να βοηθήσουν στη σχεδίαση ενός απλού ιστολογίου αλλά και σε μια δυναμικής ιστοσελίδας.

- Εγγραφή χρηστών

Ταυτόχρονα έχει ενσωματωμένο σύστημα εγγραφής που επιτρέπει στους χρήστες να εγγράφονται στην ιστοσελίδα και να διατηρούν τα προφίλ τους.

- Προστασία κωδικών

⁷¹ <http://www.w3.org/>

⁷² <https://wordpress.org/about/features/>

Ο διαχειριστής έχει την δυνατότητα να βάλει κωδικό σε διάφορες αναρτήσεις ώστε να μην είναι ορατές στο κοινό. Δίνεται επίσης η δυνατότητα ιδιωτικών αναρτήσεων οι οποίες μπορούν μόνο να είναι ορατές στο συγγραφέα τους.

- Έξυπνη μορφοποίηση κειμένου
- Πολλαπλοί συγγραφείς
- Εύκολη εγκατάσταση και αναβάθμιση
- Διεπιφάνεια XML

Το Wordpress αυτή τη στιγμή υποστηρίζει μια εκτεταμένη έκδοση της προγραμματιστικής διεπιφάνειας (API) του Blogger, MetaWeblog και του MoveableType⁷³.

5.1.1 Πρόσθετα (plugins)

Τα πρόσθετα είναι εργαλεία τα οποία επεκτείνουν τη λειτουργικότητα του Wordpress⁷⁴. Ο πυρήνας του Wordpress είναι σχεδιασμένος ώστε να ενισχύει την ευελιξία και να ελαχιστοποιεί την άσκοπη χρησιμοποίηση κώδικα. Τα πρόσθετα προσφέρουν επιπλέον λειτουργίες και χαρακτηριστικά ώστε ο προγραμματιστής να μπορεί να τροποποιεί την ιστοσελίδα σύμφωνα με τις ανάγκες του. Ο χρήστης μπορεί να κάνει μια αναζήτηση με κατάλληλες λέξεις-κλειδιά και να εμφανίσει τα αποτελέσματα σύμφωνα με διάφορα φίλτρα, όπως σύμφωνα με τη δημοτικότητα ενός προσθέτου, το πόσο ψηλά έχει βαθμολογηθεί. Τα προκαθορισμένα πρόσθετα που υπάρχουν στις πιο πρόσφατες εκδόσεις του Wordpress είναι τα εξής:

1. “Akismet⁷⁵” – Ελέγχει τα σχόλια ώστε να δει ο διαχειριστής ποια μοιάζουν με spam και ποια όχι. Υπάρχει δυνατότητα διαχείρισης των spam σχολίων, τα οποία αυτόματα διαγράφονται μετά από 15 μέρες⁷⁶.

2. “Hello Dolly⁷⁷” – Είναι το πρώτο επίσημο πρόσθετο που δημιουργήθηκε. Όταν είναι ενεργό, εμφανίζεται ένας τυχαίος στίχος του τραγουδιού πάνω δεξιά στον Πίνακα Ελέγχου του Wordpress

5.1.2. Θέματα (themes)

Ουσιαστικά, ένα θέμα στο Wordpress είναι η όψη του ιστότοπου⁷⁸. Τα θέματα μας παρέχουν έλεγχο σχετικά με την όψη και την παρουσίαση του υλικού της ιστοσελίδας μας. Ένα θέμα είναι μια συλλογή από αρχεία τα οποία συνεργάζονται ώστε να παράγουν μια γραφική επιφάνεια με ένα ενοποιημένο σχεδιασμό. Τα αρχεία αυτά ονομάζονται template files. Ένα θέμα αλλάζει τον τρόπο με τον οποίο προβάλλεται μια ιστοσελίδα χωρίς να αλλάξει όμως το λογισμικό που υπάρχει από κάτω. Τα θέματα μπορεί να περιλαμβάνουν

⁷³ https://codex.wordpress.org/WordPress.org_API

⁷⁴ <https://wordpress.org/plugins/>

⁷⁵ <https://akismet.com/>

⁷⁶ <http://en.wikipedia.org/wiki/Akismet>

⁷⁷ <https://wordpress.org/plugins/hello-dolly/>

⁷⁸ <https://wordpress.org/themes/>

αρχεία εικόνας (jpeg, gif), css αρχεία και απαραίτητα αρχεία κώδικα. Τα θέματα είναι διαθέσιμα για ανακταση στην επίσημη σελίδα του Wordpress.

5.1.3. Widgets

Τα widgets μπορούν να περιγραφούν ως εφαρμογές οι οποίες αποτελούνται από μια ή δυο γραμμές κώδικα. Τα widgets στο Wordpress προσθέτουν ένα συγκεκριμένο περιεχόμενο συνήθως στην ιστοσελίδα μας. Αρχικά σχεδιάστηκαν ώστε να παρέχουν στο διαχειριστή ένα απλό τρόπο ελέγχου δομής και σχεδιασμού ενός θέματος. Δεν απαιτείται να έχουμε ειδικές γνώσεις κώδικα. Μπορούν να προστεθούν, να αφαιρεθούν και να επανατοποθετηθούν από τον Πίνακα Ελέγχου. Μερικά widgets προσφέρουν δυνατότητες προσαρμογής και επιλογές, όπως η συμπλήρωση μιας φόρμας, ενδείξεις για τον καιρό, μετάφραση και άλλα.

5.1.4 Ρόλοι χρηστών

Το Wordpress χρησιμοποιεί την έννοια των ρόλων⁷⁹. Έτσι δίνεται η δυνατότητα στον διαχειριστή της ιστοσελίδας να ελέγχει και να υποδεικνύει τι μπορούν οι χρήστες να κάνουν και τι όχι. Ο ιδιοκτήτης μπορεί να επιτρέψει την πρόσβαση σε λειτουργίες όπως η διόρθωση αναρτήσεων η συγγραφή και η δημιουργία σελίδων, τον ορισμό συνδέσμων, την διαχείριση των προσθέτων και των θεμάτων.

Το Wordpress έχει πέντε προκαθορισμένους ρόλους:

- Ο Ανώτατος διαχειριστής (Super Admin)

Ο Ανώτατος διαχειριστής έχει πρόσβαση στο δίκτυο της ιστοσελίδας καθώς και σε όλες τις δραστηριότητες.

- τον Διαχειριστή (Administrator)

Ο Απλός διαχειριστής έχει πρόσβαση σε όλες τις δραστηριότητες.

- τον Συντάκτη (Editor)

Ο Συντάκτης έχει την δυνατότητα ί να εκδώσει και να διαχειριστεί αναρτήσεις και σελίδες καθώς και σελίδες άλλων χρηστών.

- τον Συγγραφέα (Author)

Ο Συγγραφέας μπορεί να δημοσιεύσει και να διαχειριστεί μόνο τις δικές του αναρτήσεις.

- τον Συνεργάτη (Contributor)

Ο Συνεργάτης έχει την δυνατότητα να γράψει και να διαχειριστεί τις αναρτήσεις του αλλά όχι να τις δημοσιεύσει.

- Συνδρομητή (Subscriber)

⁷⁹ https://codex.wordpress.org/Roles_and_Capabilities#Roles

Ο Συνδρομητής μπορεί μόνο να διαβάσει αναρτήσεις και να επεξεργαστεί το προφίλ του.

5.2 Πλεονεκτήματα του Wordpress

Παρακάτω παραθέτουμε διάφορους λόγους του γιατί οι ιστοσελίδες, δημιουργημένες με το σύστημα διαχείρισης περιεχομένου ανοχτού κώδικα Wordpress, πλεονεκτούν σε σχέση με τους υπόλοιπους παραδοσιακούς ιστοτόπους.

1. Εξοικονόμηση χρημάτων

Ο διαχειριστής μπορεί να φτιάξει τη σελίδα, μπορεί να την τροποποιεί σύμφωνα με τις επιθυμίες του, εύκολα και χωρίς την παρέμβαση κάποιου ειδικού. Έτσι υπάρχει εξοικονόμηση χρημάτων αφού το ποσό που θα πληρώναμε σε κάποιον προγραμματιστή, μπορούμε να τα δώσουμε σε ένα καλό πρόσθετο.

2. Υψηλότερη προσβασιμότητα

Αλλαγές και προσθήκη περιεχομένου στη σελίδα μπορεί να γίνει από οπουδήποτε υπάρχει πρόσβαση στο internet.

3. Συνοχή

4. Φιλικό στην κοινωνική δικτύωση

Μπορεί κανείς να ανακοινώσει τις αναρτήσεις του μέσω των σελίδων κοινωνικής δικτύωσης, όπως facebook, twitter, κ.α.,

5. Πολυμέσα

Δίνεται η δυνατότητα να προσαρμόσουμε ήχο και βίντεο στις αναρτήσεις μας.

6. Μηχανές αναζήτησης

Μπορούμε να προσαρμόσουμε κάθε σελίδα ή ανάρτηση ώστε να δώσουμε περισσότερες πιθανότητες η ιστοσελίδα μας να είναι πιο ψηλά στις αναζητήσεις των χρηστών.

7. Προσέλκυση των μηχανών

Όσο αναρτούμε περισσότερο περιεχόμενο στον οστότόπό μας, προσελκύουμε τα “Google robots” και άλλες μηχανές αναζήτησης. Τα εικονικά αυτά robot θα ψάχνουν όλη την ιστοσελίδα μας, αναζητώντας νέο περιεχόμενο και νέες σελίδες, τις οποίες μπορούν να ενσωματώσουν στον κατάλογο των αποτελεσμάτων.

8. Δυνατότητα επέκτασης

Δε χρειάζεται να ενημερώσει κανείς την πλοήγηση καθώς προσθέτει νέες σελίδες. Οι σύνδεσμοί τους θα προστεθούν αυτόματα βασισμένοι σε ποια κατηγορία αντιστοιχίζονται οι αναρτήσεις και οι σελίδες.

9. Γρήγορη εκμάθηση

Το WordPress είναι πού εύκολο στη χρήση αλλά και στην εκμάθηση του. Μπορεί να χαρακτηριστεί ότι είναι τόσο εύκολο όσο το να μάθει κάποιος να χρησιμοποιεί το Microsoft Word. Παρ'όλα αυτά όμως στο διαδίκτυο μπορεί να βρεί κανείς πολλά συγγράμματα εκμάθησης αλλά και οδήγους για να ξεκινήσει κάποιος την κατασκευή της ιστοσελίδας του.

10. Βελτιωμένη ασφάλεια

Ένα από τα επιχειρήματα εναντίον του Wordpress ή οποιουδήποτε άλλου blog λογισμικού που χρησιμοποιούν πρόσθετα, είναι ότι χάκερς μπορούν να εισβάλουν στην ιστοσελίδα. Στην πραγματικότητα, το αντίθετο ισχύει: Αν γίνει σωστά η εγκατάστασή του, η ιστοσελίδα είναι ασφαλής από χάκερ περισσότερο από ένα κοινό website. Αυτό συμβαίνει γιατί η διαδικασία της εγκατάστασης είναι σύνθετη και έχει παραμέτρους οι οποίες καθορίζουν την ασφάλεια της σελίδας σε διάφορα επίπεδα.

11. Ενθαρρύνει τους επισκέπτες

Τα “RSS feeds” (Real Simple Syndication) στέλνουν αυτόματα ειδοποιήσεις μέσω mail ότι ανέβηκαν νέες αναρτήσεις. Αυτές οι ανακοινώσεις ωθούν τους παλιούς επισκέπτες να επανέλθουν στην ιστοσελίδα και να διαβάσουν πχ. τη συνέχεια ενός άρθρου.

12. Αμφίδρομη επικοινωνία με τους επισκέπτες

Μέσω της χρήσης των σχολίων, δεν υπάρχει πλέον ο περιορισμός της μονόδρομης επικοινωνίας με τους επισκέπτες, όπως θα ήταν σε ένα παραδοσιακό website. Φυσικά, υπάρχει πάντα η δυνατότητα της φόρμας «Επικοινωνήστε μαζί μας», αλλά τα σχόλια επιτρέπουν αμφίδρομη συζήτηση μεταξύ του συγγραφέα και του αναγνώστη

13. Αυτόματη σύνδεση RSS

Οι αναρτήσεις των blog αυτόματα μετατρέπονται σε RSS ενημερώσεις και συνδέονται με άλλα blogs.

14. Δωρεάν είσοδος στο Yahoo!

Όταν υποβάλλει κανείς τις ενημερώσεις RSS χειροκίνητα στο “Yahoo!” δε χρειάζεται να πληρώνει το ποσό των \$299, καθώς η ιστοσελίδα κατηγοριοποιείται δωρεάν στη μηχανή αναζήτησης. Επίσης, προσθέτοντας ενημερώσεις RSS στο MSN ή στο Bing, είναι ο γρηγορότερος τρόπος να κατηγοριοποιηθεί η ιστοσελίδα.

15. Απόλυτος έλεγχος των συζητήσεων

Στους κοινούς ιστότοπους, ο παραδοσιακός τρόπος επικοινωνίας με τους επισκέπτες ήταν η επιλογή ενός forum. Το πρόβλημα με αυτό είναι ότι πρέπει να προστατεύονται οι αναρτήσεις από spammers και να διαγράφονται τυχόν συζητήσεις και ανεπιθύμητοι λογαριασμοί οι οποίοι απειλούσαν την ακεραιότητα της ιστοσελίδας. Με τα Wordpress ιστολόγια, αυτό άλλαξε. Ο διαχειριστής (ή ανάλογος ρόλος που έχει το αντίστοιχο δικαίωμα) ξεκινάει τη συζήτηση. Οι επισκέπτες σχολιάζουν, αλλά τα σχόλιά τους πρέπει πρώτα να εγκριθούν πριν κανείς τα δει ανεβασμένα στην ιστοσελίδα. Αυτός είναι ο καλύτερος και ασφαλέστερος τρόπος έναρξης επικοινωνίας, χωρίς να υπάρχει το άγχος της δυσφήμισης της ιστοσελίδας από ανεπιτρεπτα σχόλια.

16. Αυξημένη λειτουργικότητα με χαμηλότερο κόστος

Μέσω των προσθέτων, τα οποία είναι μια συνήθης διαδικασία εγκατάστασης κάποιων βημάτων, μπορούμε να εκτοξεύσουμε τη λειτουργικότητα της ιστοσελίδας μας, με πολύ χαμηλό κόστος

17. Μειωμένη απώλεια εργασίας

Το περιεχόμενο που άλλαξε, μπορεί να αποθηκευτεί αυτόματα καθώς κανείς πληκτρολογεί, ακόμα και αν δεν έχει δημοσιευθεί.

18. Συμβατότητα με κινητά

Το Wordpress έχει ενσωματωμένη την δυνατότητα αυτόματα να αναγνωρίζει αν κάποιος προβάλλει την ιστοσελίδα μέσα από έναν απλό προσωπικό υπολογιστή ή μια κινητή συσκευή και διαμορφώνει την προβολή της.

19. Δεν απαιτείται λογισμικό και είναι cloud-based

Η επεξεργασία μιας ιστοσελίδας WordPress είναι εύκολη και μπορεί να γίνει απλά με μια σύνδεση από οποιονδήποτε υπολογιστή που διαθέτει στο διαδίκτυο. Δεν απαιτεί οποιοδήποτε λογισμικό όπως το Adobe Dreamweaver για να επεξεργαστούμε τις σελίδες με τη γλώσσα προγραμματισμού HTML. Αυτό το καθιστά ευκολότερο στη χρήση με ελάχιστη ή καμία γνώση ανάπτυξης ιστοσελίδων.

6.Εγκατάσταση WordPress

Πριν ξεκινήσουμε ακόμα την εγκατάσταση WordPress, θα πρέπει πρώτα να έχουμε φροντίσει τα εξής:

6.1 Αγορά Domain name

Ένα Domain Name (Όνομα Χώρου Ίντερνετ ή Όνομα Τομέα Ίντερνετ) είναι μία λέξη που επιλέγουμε προκειμένου να μπορούμε με εύκολο τρόπο να συνδεθούμε με έναν υπολογιστή/διακομιστή στο διαδίκτυο, ο οποίος μπορεί να φιλοξενεί ιστοσελίδες ή διαδικτυακές υπηρεσίες σε ειδικό χώρο που συνδέεται με το domain name.

Η λέξη αυτή πάντα προσδιορίζεται από μία κατάληξη που χαρακτηρίζει την "περιοχή" του δικτύου στην οποία ανήκει. Έτσι, για τον χώρο Ονομάτων με κατάληξη .GR, ένα Domain Name θα έχει την μορφή to-onoma-mou.gr και επισκεπτόμαστε τις ιστοσελίδες που του αντιστοιχούν γράφοντας σε κάποιο πρόγραμμα πλοήγησης (browser) μια διεύθυνση της μορφής <http://www.onoma.gr>.

Κάθε domain είναι μοναδικό και παρέχει μια πρώτη εικόνα της ιστοσελίδας που ακολουθεί, καθώς και μια ιδέα για το περιεχόμενο του site, ή τα προϊόντα/υπηρεσίες που παρέχει. Για να κατοχυρώσουμε το domain της επιλογής μας θα πρέπει πρώτα να ελέγξουμε τη διαθεσιμότητα του domain και να το κατοχυρώσουμε το συντομότερο δυνατόν, τοποθετώντας τα στοιχεία μας κατά τη διαδικασία κατοχύρωσης, εάν το βρούμε διαθέσιμο. Το site που μας βοήθησε να δημιουργήσουμε το domain name είναι η ιστοσελίδα Iphost.net.

6.2 Host name και αγορά χώρου φιλοξενίας

Η εγκατάσταση του WordPress είναι αδύνατον να γίνει σε δωρεάν χώρο φιλοξενίας. Ο λόγος είναι πως μας είναι απαραίτητη μια βάση δεδομένων για την εγκατάσταση WordPress, και καμία δωρεάν φιλοξενία δεν παρέχει βάση δεδομένων. Η ιστοσελίδα μας φιλοξενείται στο Hostgator, το οποίο είναι ιδιαίτερα οικονομικό. Κατά τη δημιουργία του λογαριασμού δηλώνουμε το όνομα χώρου που έχουμε αγοράσει, το HeavenDress.

6.3 Προσθήκη nameservers του λογαριασμού φιλοξενίας στο όνομα χώρου

Για να "δείχνει" το όνομα που αγοράσαμε στον server που θα φιλοξενήσει το site μας, θα πρέπει να ορίσουμε σωστά τους nameservers. Με την εγγραφή μας, το HostGator μας έχει στείλει το username και το password για την είσοδο στο cPanel. Αφού μπήκαμε στην περιοχή διαχείρισης του domain αλλάξαμε τους names servers οι οποίοι είναι δύο και τους αντικαταστήσαμε με αυτούς που πήραμε από τους hostgators.

6.4 Κατέβασμα των αρχείων του Wordpress

Για να κατεβάσουμε το Wordpress θα μπούμε στην ιστοσελίδα <https://wordpress.org/download/> και στα δεξιά θα κάνουμε κλικ στο Download Wordpress. Τα αρχεία του WordPress θα κατέβουν σε ένα συμπιεσμένο φάκελο .zip. Δεν αποσυμπιέζουμε το φάκελο, θα μας χρειαστεί όπως είναι. Στην συνέχεια τα ανεβάζω με ftp στον server που αγόρασα και μόλις ανέβουν τα αρχεία ανοίγω το domain στον browser και ακολουθώ τα βήματα εγκατάστασης. Μετά την εγκατάσταση μπαίνω στην περιοχή διαχείρισης του WordPress και κάνουμε εγκατάσταση στο Woocommerce.

7.Λειτουργίες Διαχειριστή

7.1 Κεφάλαιο Users

Προφανώς για την κατασκευή ενός ηλεκτρονικού καταστήματος μπορεί να υπάρχουν πολλοί διαχειριστές,έτσι ο διαχειριστής του καταστήματος πρέπει να κάνει εισαγωγή στο σύστημα με το όνομα-ψευδώνυμο του και με τον κωδικό πρόσβασης του.Στην πλατφόρμα πάμε users και μετά Add new και συμπληρώνουμε τα στοιχεία.Όπου γράφει required είναι απαραίτητα στοιχεία που πρέπει να συμπληρωθούν για να δημιουργηθεί ένας νέος διαχειριστής.Βασικό στοιχείο για τον διαχειριστή είναι στο Role,ο ρόλος που θα έχει δηλαδή και πρέπει να επιλέξουμε το Administrator αλλιώς δεν θα μπορεί να εισέλθει στο σύστημα έστω και αν οι κωδικοί του είναι σωστοί. Τέλος επιλέγουμε το Add new user για την δημιουργία διαχειριστή.Στο your profile είναι κάποιες προσωπικές ρυθμίσεις,αν θέλει ο διαχειριστής να τις συμπληρώσει,όπου επίσης μπορούν να γίνουν αλλαγές στα στοιχεία του .

Add New User

Create a brand new user and add them to this site.

Username <i>(required)</i>	<input type="text" value="konna"/>
E-mail <i>(required)</i>	<input type="text" value="kwnstantina_drak@hotmail.com"/>
First Name	<input type="text" value="konstantina"/>
Last Name	<input type="text" value="drakopoulou"/>
Website	<input type="text"/>
Password <i>(required)</i>	<input type="password" value="••••••••••"/>
Repeat Password <i>(required)</i>	<input type="password" value="••••••••••"/>
	<div style="background-color: #ffff00; padding: 2px; display: inline-block;">Medium</div> <small>Hint: The password should be a mix of upper and lower case letters, numbers, and special characters (^ &).</small>
Send Password?	<input checked="" type="checkbox"/> Send this password to the new user by email.
Role	<input type="text" value="Administrator"/>

Profile

Personal Options

Visual Editor Disable the visual editor when writing

Admin Color Scheme

Default Light Blue

Ectoplasm Midnight Ocean

Keyboard Shortcuts Enable keyboard shortcuts for comment moderation. [More information](#)

Toolbar Show Toolbar when viewing site

Keyboard Shortcuts Enable keyboard shortcuts for comment moderation. [More information](#)

Toolbar Show Toolbar when viewing site

Name

Username Username cannot be changed.

First Name

Last Name

Nickname (required)

Display name publicly as ▼

Contact Info

E-mail (required)

Website

About Yourself

Biographical Info

Share a little biographical information to fill out your profile. This may be shown publicly.

New Password

If you would like to change the password type a new one. Otherwise leave this blank.

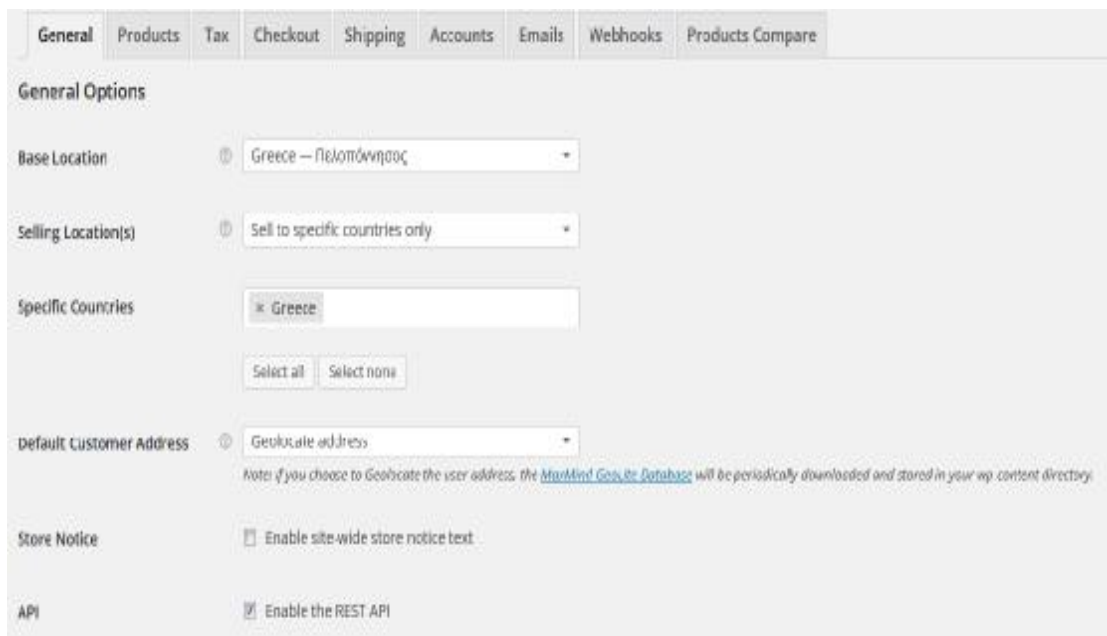
Τα πρώτα κύρια βήματα για να ξεκινήσουμε το ηλεκτρονικό κατάστημα είναι να πάμε στο **πλαϊνό μενού** στο Wordpress και επιλέγοντας το **woo-commerce** και μετά **settings** .

7.2 Ρυθμίσεις-Settings

7.2.1 General

Πρώτη καρτέλα είναι η General δηλαδή οι γενικές ρυθμίσεις. Στο Base Location επιλέξαμε που είναι η βάση της εταιρίας μας, έτσι ώστε οι πελάτες μας να γνωρίζουν που βρίσκεται η εταιρία και τους φόρους που βασίζονται στην εταιρία ανάλογα την περιοχή-χώρα.

Στο Selling Location(s) είναι η επιλογή που μας επιτρέπει να ελέγξουμε σε ποιες χώρες θέλουμε να πουλήσουμε τα προϊόντα μας. Η δική μας επιλογή ήταν σε συγκεκριμένες χώρες. Στο Specific Countries επιλέγουμε σε ποιες χώρες θέλουμε να πουλήσουμε και αυτή η επιλογή βγαίνει μόνο όταν έχουμε επιλέξει να πουλάμε σε συγκεκριμένες χώρες. Εμείς επιλέξαμε να πουλάμε μόνο στην Ελλάδα. Στο Default Customer Address είναι η επιλογή που καθορίζει την προεπιλεγμένη διεύθυνση των πελατών πριν συμπληρώσουν τα στοιχεία τους για την αγορά των προϊόντων. Επιλέξαμε τις διευθύνσεις να τις βρίσκει μέσω γεωγραφικής θέσης.



The screenshot shows the 'General' settings tab in WooCommerce. The 'General Options' section includes the following settings:

- Base Location:** Greece — Πελοπόννησος
- Selling Location(s):** Sell to specific countries only
- Specific Countries:** Greece (with 'Select all' and 'Select none' buttons)
- Default Customer Address:** Geolocate address (with a note: "Note: if you choose to Geolocate the user address, the MaxMind GeoIP Database will be periodically downloaded and stored in your wp-content directory.")
- Store Notice:** Enable site-wide store notice text
- API:** Enable the REST API

Στο Currency Options είναι οι επιλογές που επηρεάζουν τον τρόπο που θα εμφανίζονται οι τιμές στο ηλεκτρονικό κατάστημα. Στο Currency επιλέγουμε το Ευρώ και στο Currency Position επιλέγουμε πως θέλουμε να εμφανίζεται η θέση του νομίσματος. Το Thousand Separator είναι η επιλογή που ορίζει πως θα διαχωρίζονται οι χιλιάδες στις τιμές που εμφανίζονται, στο Decimal Separator πως θα διαχωρίζονται οι δεκαδικοί και στον αριθμο δεκαδικών στοιχείων επιλέξαμε το 2. Για να αποθηκεύσουμε αυτές τις ρυθμίσεις πατάμε Save changes.

Currency Options

The following options affect how prices are displayed on the frontend.

Currency ?

Currency Position ?

Thousand Separator ?

Decimal Separator ?

Number of Decimals ?

[Save changes](#)

7.2.2 Products

Εδώ θα ασχοληθούμε με κάποιες ρυθμίσεις των προϊόντων μας. Αναλυτικά λοιπόν έχουμε πρώτα την υποκαρέλα General στην οποία επιλέγουμε το πώς θα υπολογίσουμε τα κιλά και τις διαστάσεις. Στην μονάδα του βάρους επιλέξαμε τα κιλά και στην μονάδα των διαστάσεων τα εκατοστά. Στο Product Ratings στην αξιολόγηση των προϊόντων μας δηλαδή κλικάρουμε μόνο την ενεργοποίηση της κριτικής για τα προϊόντα και τις αξιολογήσεις. Τέλος Save changes.

General | **Products** | Tax | Checkout | Shipping | Accounts | Emails | Webhooks

General | Display | Inventory | Downloadable Products

Measurements

Weight Unit ?

Dimensions Unit ?

Reviews

Product Ratings

- Enable ratings on reviews
- Ratings are required to leave a review
- Show "verified owner" label for customer reviews
- Only allow reviews from "verified owners"

[Save changes](#)

Στην υποκαρτέλα Display είναι η παρουσίαση των προϊόντων μας. Στο Shop Page είναι η σελίδα όπου εκεί μπορούμε να δείξουμε όλα τα προϊόντα μας με τις κατηγορίες τους και τις υποκατηγορίες τους, οπότε θα επιλέξουμε το Shop. Στο Shop Page Display ελέγχει τα αρχεία των προϊόντων που θα δείχνει στους πελάτες. Μπορούμε να επιλέξουμε είτε να δείχνουμε τα προϊόντα, είτε τις κατηγορίες και τις υποκατηγορίες ή και τα δυο. Το ίδιο ισχύει και για την εμφάνιση των κατηγοριών στο Default Category Display. Για το δικό μας κατάστημα επιλέξαμε και στις δύο επιλογές την εμφάνιση μόνο των προϊόντων. Στο Default Product Sorting είναι ένας κατάλογος στο κατάστημα που δείχνει στον πελάτη ποια προϊόντα είναι σε έκπτωση, ποια είναι σε χαμηλή ή υψηλή τιμή, ποια είναι τα πιο δημοφιλή. Για το κατάστημα μας επιλέξαμε το default sorting όπου είναι κάποια προεπιλεγμένα προϊόντα που έχει δει ο πελάτης. Στο Add to cart behaviour είναι το πως θα προστίθονται τα προϊόντα στο καλάθι. Στο Product images είναι οι ρυθμίσεις αυτές που επηρεάζουν την εμφάνιση και τις διαστάσεις των εικόνων στο κατάστημα μας. Για αποθήκευση των ρυθμίσεων επιλέγουμε πάλι το save changes.

The screenshot shows the WooCommerce admin interface with the 'Products' tab selected. The 'Shop & Product Pages' section includes the following settings:

- Shop Page: Shop
- Shop Page Display: Show products
- Default Category Display: Show products
- Default Product Sorting: Default sorting (custom ordering + name)
- Add to cart behaviour: Redirect to the cart page after successful addition, Enable AJAX add to cart buttons on archives

The 'Product Images' section includes the following settings:

- Catalog Images: 600 x 800 px, Hard Crop?
- Single Product Image: 350 x 467 px, Hard Crop?
- Product Thumbnails: 80 x 107 px, Hard Crop?
- Product Image Gallery: Enable Lightbox for product images

A 'Save changes' button is located at the bottom left of the settings area.

Η υποκαρτέλα Inventory είναι οι ρυθμίσεις που θα δείχνουν στον πελάτη το αποθέμα που υπάρχει στο κατάστημα. Κάνουμε κλικ στο Manage stock για να ενεργοποιήσουμε την διαχείριση των αποθεμάτων. Το Hold Stock (minutes) είναι το απόθεμα για απλήρωτες παραγγελίες. Όταν φτάσει σε κάποιο όριο η παραγγελία ακυρώνεται. Εμείς επιλέξαμε το όριο να είναι το 60. Στο Notifications κάνουμε κλικ και στα δύο για να δείξουμε στον πελάτη πόσο χαμηλό απόθεμα έχουμε ή αν το προϊόν μας είναι out of stock δηλαδή να έχει εξαντληθεί. Το Notification Recipient είναι να στέλνεται ειδοποίηση για τα αποθέματα. Στο Low Stock Threshold είναι να δείχνει το χαμηλό όριο του αποθέματος. Το Out Of Stock Threshold είναι το εξαντλημένο όριο. Το Out Of Stock Visibility είναι για να μην εμφανίζει στο κατάστημα τα προϊόντα τα οποία έχουν εξαντληθεί το οποίο δεν το επιλέξαμε γιατί θέλουμε να εμφανίσουμε και τα εξαντλημένα προϊόντα. Τέλος στο Stock Display Format είναι ο τρόπος με τον οποίο θα εμφανίζει στον πελάτη το απόθεμα του προϊόντος. Μπορούμε να επιλέξουμε είτε να δείχνει ότι έχουν απομείνει 12 στο απόθεμα, είτε να δείχνει ότι έχουν μείνει μόνο 2 είτε να μην δείχνει καθόλου το απόθεμα στον πελάτη. Η επιλογή μας είναι το Always show stock e.g.”12 in stock”. Τέλος save changes.

The screenshot shows the 'Inventory' configuration page in a Magento system. At the top, there are navigation tabs: General, Products, Tax, Checkout, Shipping, Accounts, Emails, Webhooks, and Products Compare. Below these, the 'Inventory' section is expanded, showing the following settings:

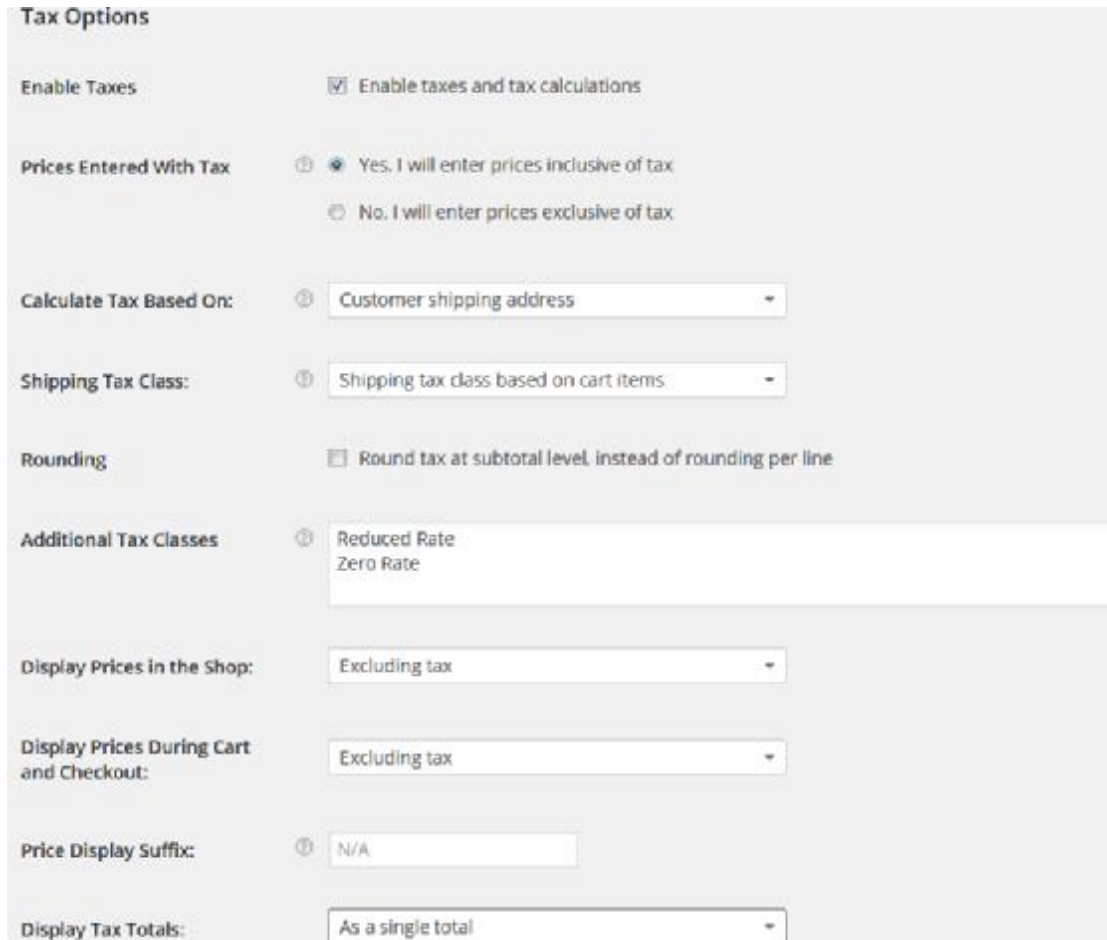
- Manage Stock:** Enable stock management
- Hold Stock (minutes):** 60. Hold stock (for unpaid orders) for x minutes. When this limit is reached, the pending order will be cancelled. Leave blank to disable.
- Notifications:** Enable low stock notifications, Enable out of stock notifications
- Notification Recipient:** halkion@gmail.com
- Low Stock Threshold:** 2
- Out Of Stock Threshold:** 0
- Out Of Stock Visibility:** Hide out of stock items from the catalog
- Stock Display Format:** Always show stock e.g. "12 in stock"

A blue 'Save changes' button is located at the bottom left of the configuration area.

7.2.3 Tax

Αυτή η επιλογή αφορά τις φορολογικές ρυθμίσεις. Τσεκάρουμε το Yes, I will enter prices inclusive of tax στο οποίο είναι οι τιμές των προϊόντων συμπεριλαμβανομένου του φόρου. Στο Calculate Tax Based On είναι η επιλογή που καθορίζει ποια διεύθυνση χρησιμοποιείται για τον υπολογισμό του φόρου. Εμείς επιλέξαμε να υπολογίζει την αποστολή από την διεύθυνση του πελάτη. Στο Shipping Tax Class είναι η επιλογή που ελέγχει πόσο φόρο θα έχει η μεταφορά και εμείς επιλέξαμε να βασίζεται από το καλάθι του πελάτη. Στο Display Prices in the Shop και στο Display Prices During Cart and Checkout επιλέξαμε το

excluding tax δηλαδή η εμφάνιση των τιμών στο κατάστημα και η εμφάνιση τιμών στο καλάθι και στο ταμείο θα είναι μη συμπεριλαμβανομένου του φόρου. Στο Display Tax Totals είναι το σύνολο του φόρου που θα εμφανίζεται ως ενιαίο σύνολο. Για αποθήκευση πατάμε save changes.



Tax Options

Enable Taxes Enable taxes and tax calculations

Prices Entered With Tax Yes, I will enter prices inclusive of tax
 No, I will enter prices exclusive of tax

Calculate Tax Based On:

Shipping Tax Class:

Rounding Round tax at subtotal level, instead of rounding per line

Additional Tax Classes

Display Prices in the Shop:

Display Prices During Cart and Checkout:

Price Display Suffix:

Display Tax Totals:

7.2.4 Checkout

Στην καρτέλα Checkout έχουμε την ολοκλήρωση της διαδικασίας της αγοράς των προϊόντων. Υποκαρτέλα checkout options. Στο Coupons επιλέγουμε το Enable the use of coupons για να ενεργοποιήσουμε την χρήση κουπονιών για να έχει ο πελάτης κάποια έκπτωση στην αγορά του προϊόντος. Στην επιλογή Checkout ενεργοποιούμε την διαδικασία αγοράς των επισκεπτών καθώς με αυτόν τον τρόπο ο επισκέπτης δεν είναι αναγκασμένος να δημιουργήσει έναν λογαριασμό για την αγορά που επιθυμεί να κάνει. Στο Checkout Pages είναι οι σελίδες που θα πρέπει να ρυθμιστούν έτσι ώστε η WooCommerce να ξέρει πού να στείλει τους χρήστες για την ολοκλήρωση της παραγγελίας. Στην δική μας περίπτωση επιλέξαμε να ολοκληρώνεται η αγορά από τις σελίδες Cart που είναι το καλάθι, Checkout που είναι η ολοκλήρωση της διαδικασίας και για να γίνει η αγορά πρέπει ο πελάτης να δεχτεί τους όρους και τις προϋποθέσεις. Τα checkout endpoints είναι αυτόματα από την πλατφόρμα και τέλος στο payment gateways είναι οι τρόποι που επιλέξαμε για να γίνονται οι αγορές, το οποίο θα δούμε αναλυτικά στην συνέχεια.

Checkout Options | BACS | Cheque | Cash on Delivery | PayPal

Checkout Process

Coupons Enable the use of coupons
Coupons can be applied from the cart and checkout pages.

Checkout Enable guest checkout
Allows customers to checkout without creating an account.

Force secure checkout
Force SSL (HTTPS) on the checkout pages (an SSL Certificate is required).

Checkout Pages

These pages need to be set so that WooCommerce knows where to send users to checkout.

Cart Page ⓘ Cart ✕ ▾

Checkout Page ⓘ Checkout ✕ ▾

Terms and Conditions ⓘ Checkout ✕ ▾

Checkout Endpoints

Endpoints are appended to your page URLs to handle specific actions during the checkout process. They should be unique.

Pay ⓘ order-pay

Order Received ⓘ order-received

7.3 Κατάθεση Χρημάτων

7.3.1 Πληρωμή μέσω τραπεζής

Μια βασική μέθοδος πληρωμής που εφαρμόζεται σε αγορές από απόσταση είναι η κατάθεση χρημάτων σε τραπεζικό λογαριασμό του καταστήματος. Γενικά δεν προτιμάται από τους αγοραστές για διάφορους λόγους. Απαιτείται η επίσκεψη σε τράπεζα για κατάθεση χρημάτων, με χάσιμο χρόνου και ταλαιπωρία ενώ παράλληλα ο αγοραστής πολλές φορές νοιώθει ανασφάλεια και αγωνία αν τελικά ο πωλητής θα του στείλει το προϊόν, ειδικά όταν δεν υπάρχουν τεκμήρια της αξιοπιστίας του πωλητή. Από την πλευρά του ο πωλητής πρέπει να ενημερωθεί και να επαληθεύσει την αποστολή χρημάτων από τον αγοραστή ώστε να στείλει το προϊόν. Έτσι τελικά υπάρχει μια σχετικά μεγάλη καθυστέρηση στην εμπορική διαδικασία. Μια παραλλαγή αυτού του τρόπου πληρωμών, που βασίζεται αποκλειστικά στην εξελιγμένη τεχνολογία των ηλεκτρονικών υπολογιστών και των δικτύων είναι η κατάθεση χρημάτων με τη βοήθεια των ATM των τραπεζών. Το κέρδος εδώ είναι η γρήγορη και 24ωρη εξυπηρέτηση.

Στην υποκαρτέλα BACS λοιπόν ενεργοποιούμε την τραπεζική κατάθεση, το Enable Bank Transfer όπου επιτρέπει δηλαδή τις πληρωμές μέσω τραπεζής. Στο Title γράφουμε τραπεζική κατάθεση. Στο Description κάνουμε μια περιγραφή για το πώς θα γίνει η αγορά και στο Instructions και τέλος στο Account Details συμπληρώνουμε τα στοιχεία της τράπεζας μας

για να στέλνεται εκεί το χρηματικό ποσό. Για να προσθέσουμε και άλλη τράπεζα πατάμε add account και συμπληρώνουμε τα στοιχεία. Για αποθήκευση πατάμε save changes.

Checkout Options | BACS | Cheque | Cash on Delivery | PayPal

BACS

Allows payments by BACS, more commonly known as direct bank/wire transfer.

Enable/Disable Enable bank transfer

Title

Description

Instructions

Account Details:

Account Name	Account Number	Bank Name	Sort Code	IBAN	BIC / Swift
ΠΕΡΑΛΟΣ	123456789	ΠΕΡΑΛΟΣ	123		

Υποκαρτέλα cheque. Επιτρέπει πληρωμές με επιταγή. Στην περίπτωση μας δεν θέλησαμε αυτόν τον τρόπο πληρωμής όπως και τον τρόπο πληρωμής για paypal. Αρα στο Enable/Disable δεν επιλέξαμε κάτι.

Cheque

Allows cheque payments. Why would you take cheques in this day and age? Well you probably wouldn't but it does allow you to make test purchases for testing order emails and the 'success' pages etc.

Enable/Disable Enable Cheque Payment

Title

Description

7.3.2 Πληρωμή με Αντικαταβολή

Μια αποδεκτή και καλή λύση είναι η αγορά των προϊόντων με την μέθοδο της αντικαταβολής. Είναι μια αρκετά διαδεδομένη μέθοδος για συναλλαγές αγοραστή-πωλητή που βρίσκονται σε απόσταση. Στην μέθοδο αυτή ο πωλητής στένει στο προϊόν στον αγοραστή-πελάτη του με κάποια ταχυδρομική εταιρία όπου ο αγοραστής καταβάλλει στην ταχυδρομική εταιρία το χρηματικό ποσό που αντιστοιχεί στο προϊόν συν το ποσό από τα έξοδα μεταφοράς. Αφού η ταχυδρομική εταιρεία εισπράξει το ποσό και παραδώσει το προϊόν, επιστρέφει τα χρήματα αυτά στον πωλητή. Η μέθοδος αυτή πολλές φορές προτιμάται από τους καταναλωτές γιατί έχουν εποπτεία του ποσού που πληρώνουν και επίσης σημαντικό είναι ότι πληρώνουν με την παραλαβή του προϊόντος, που προσφέρει ένα αίσθημα ασφάλειας. Ο πωλητής από την άλλη απαλλάσσεται εντελώς από την διαδικασία της εισπράξης των χρημάτων, αφού την διαδικασία αυτή την αναλαμβάνει η ταχυδρομική εταιρία. Αυτή η μέθοδος έχει και μειονεκτήματα όπως είναι το πρόσθετο κόστος που απαιτεί συνήθως η ταχυδρομική εταιρία ώστε να αναλάβει την εισπράξη του ποσού και το γεγονός ότι σε περίπτωση που ο αγοραστής δεν παραλάβει ποτέ το προϊόν, το προϊόν θα επιστρέψει στον πωλητή ο οποίος θα πληρώσει τα έξοδα της μεταφοράς χωρίς να εισπράξει τίποτα.

Τελικώς εμείς επιλέξαμε αυτή την μέθοδο κλικάροντας το Enable Cash On Delivery

Checkout Options | BACS | Cheque | **Cash on Delivery** | PayPal

Cash on Delivery

Have your customers pay with cash (or by other means) upon delivery.

Enable COD Enable Cash on Delivery

Title

Description

Instructions

Enable for shipping methods

Enable for virtual orders Enable COD if the order is virtual

[Save changes](#)

7.3.3 Shipping

Στην καρτέλα shipping είναι οι τρόποι αποστολής των προϊόντων. Στην υποκαρτέλα shipping options και στην επιλογή Shipping Calculations ενεργοποιούμε το Enable shipping και το Enable the shipping calculator on the cart page που είναι η ενεργοποίηση αποστολής και ο υπολογισμός του τρόπου αποστολής στην σελίδα cart page(καλάθι αγοράς). Στην επιλογή Shipping Display Mode επιλέξαμε το Display shipping methods in a dropdown όπου ενεργοποιούμε να εμφανίζονται οι μέθοδοι αποστολής σε ένα αναπτυσσόμενο μενού. Στην επιλογή Shipping Destination επιλέξαμε το Default to shipping address δηλαδή να υπάρχει προεπιλογή για την διεύθυνση αποστολής. Στην επιλογή Restrict shipping to Location(s) επιλέξαμε το ship to specific countries only δηλαδή σε συγκεκριμένες χώρες και στην συνέχεια επιλέξαμε την Ελλάδα. Στο Shipping Methods μας δείχνει τους τρόπους αποστολής που θα ρυθμίσουμε στην συνέχεια και μετα save changes.

Shipping Options | Flat Rate | Free Shipping | International Delivery | Local Delivery | Local Pickup

Shipping Options

Shipping Calculations

- Enable shipping
- Enable the shipping calculator on the cart page
- Hide shipping costs until an address is entered

Shipping Display Mode

- Display shipping methods with "radio" buttons
- Display shipping methods in a dropdown

Shipping Destination

- Default to shipping address
- Default to billing address
- Only ship to the users billing address

Restrict shipping to Location(s) +

Προσέχετε ειδικά να επιλέξετε σωστά το να επιδοθεί το ship to off locations που αυτό.

specific countries

Shipping Methods

Default	Name	ID	Status	
<input type="radio"/>	ΕΞΟΔΑ ΜΕΤΑΦΟΡΑΣ	flat rate	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="button" value="Settings"/>
<input type="radio"/>	ΔΩΡΕΑΝ ΜΕΤΑΦΟΡΑ	free shipping	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="button" value="Settings"/>
<input type="radio"/>	International Delivery	international_delivery	-	<input type="button" value="Settings"/>
<input type="radio"/>	Local Delivery	local_delivery	-	<input type="button" value="Settings"/>
<input type="radio"/>	Local Pickup	local_pickup	-	<input type="button" value="Settings"/>
<input checked="" type="radio"/>	Automatic (P)	drag and drop the above shipping methods to control their display order.		

Στην υποκαρτέλα Flat rate είναι τα επίπεδα τιμής που επιτρέπουν να οριστεί μια τιμή ανα είδος ή ανα παραγγελία σε κάθε αγορά προϊόντων. Στο Enable/Disable ενεργοποιήσαμε αυτή την μέθοδο. Στο Method Title βάλουμε τον τίτλο που θα εμφανίζεται στο κατάστημα και εφόσον θέλουμε να πουλάμε μόνο στην Ελλάδα επιλέξαμε το specific countries. Στο Tax Status δεν επιλέξαμε κάποιο φόρο και στο Cost per order βάλουμε την τιμή 5 όπου θα είναι η τιμή για τα έξοδα μεταφοράς. Στο Costs Added επιλέξαμε αυτή η τιμή να είναι για κάθε παραγγελία και όχι για κάθε είδος και τέλος save changes.

Flat Rate

Flat rates let you define a standard rate per item, or per order.

Enable/Disable Enable this shipping method

Method Title ⓘ ΕΞΟΔΑ ΜΕΤΑΦΟΡΑΣ

Availability Specific Countries

Specific Countries × Greece

Tax Status None

Cost per order ⓘ 5

Additional Costs

Additional costs can be added below - these will all be added to the per-order cost above.

Costs Added... Per Order - charge shipping for the entire ord...

Στην υποκαρτέλα Free Shipping είναι η αποστολή των προϊόντων με δωρεαν έξοδα μεταφοράς. Για ενεργοποίηση αυτής της μεθόδου επιλέγουμε Enable Free Shipping και τίτλος θα είναι ΔΩΡΕΑΝ ΜΕΤΑΦΟΡΙΚΑ. Το ίδιο επιλέγουμε για συγκεκριμένες χώρες. Στην επιλογή Minimum Order Amount επιλέγουμε κάποια τιμή έτσι ώστε όταν ξεπερνιέται αυτή η τιμή η παραγγελία θα έχει δωρεάν μεταφορικά και τέλος save changes.

Shipping Options | Flat Rate | **Free Shipping** | International Delivery | Local Delivery | Local Pickup

Free Shipping

Enable/Disable Enable Free Shipping

Method Title ⓘ ΔΩΡΕΑΝ ΜΕΤΑΦΟΡΙΚΑ

Method availability Specific Countries ▾

Specific Countries × Greece

Free Shipping Requires... A minimum order amount (defined below) ▾

Minimum Order Amount ⓘ 60

[Save changes](#)

Δεν επιλέξαμε τις υποκαρτέλες International Delivery, Local Delivery και Local Pickup γιατί δεν θέλουμε αυτούς τους τρόπους αποστολής.

7.3.4 Accounts

Στην καρτέλα Account έχουμε κάποιες ρυθμίσεις έτσι ώστε η WooCommerce να ξέρει πού να στείλει τους χρήστες για να έχουν πρόσβαση στο λογαριασμό τους. Ο λογαριασμός θα βρίσκεται στην σελίδα My Account. Ενεργοποιούμε το Enable Registration για να εμφανίζει στο κατάστημα την εγγραφή στην σελίδα Checkout και στο Account Creation να δημιουργείται ένα όνομα από το email του χρήστη.

Account Pages

These pages need to be set so that WooCommerce knows where to send users to access account related functionality.

My Account Page ⓘ My Account ▾

My Account Endpoints

Endpoints are appended to your page URLs to handle specific actions on the accounts pages. They should be unique.

View Order ⓘ view-order

Edit Account ⓘ edit-account

Edit Address ⓘ edit-address

Lost Password ⓘ lost-password

Logout ⓘ customer-logout

Registration Options

Enable Registration

- Enable registration on the "Checkout" page
- Enable registration on the "My Account" page
- Display returning customer login reminder on the "Checkout" page

Account Creation

- Automatically generate username from customer email
- Automatically generate customer password

7.4 Orders

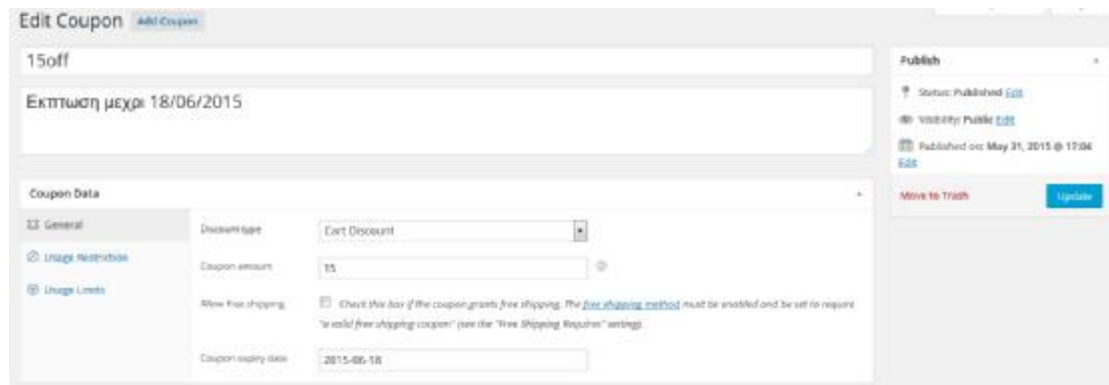
Στο μενού του WooCommerce βλέπουμε τις παραγγελίες των πελατών που έχουν καταχωρηθεί.

The screenshot displays the 'Orders' page in the WordPress admin interface. The left sidebar contains the navigation menu, with 'WooCommerce' and 'Orders' (indicated by a blue badge) selected. The main content area shows a list of orders with the following columns: Order ID, Customer Name, Items, and Ship to. The orders are filtered by 'All (6)'. The list includes three orders: #5038, #5037, and #3256. The #5038 and #5037 orders are from Konstantina Drakepoulou, and the #3256 order is from Constantinos Halkiopoulos. The #686 order is also from Constantinos Halkiopoulos. The 'Ship to' column shows the shipping addresses for each order.

Order	Purchased	Ship to
#5038 by Konstantina Drakepoulou kwnstantina_drak@hotmail.com	1 item	konna drak, eupalinou 1, patras, Πελοπόν via ΔΩΡΕΑΝ ΜΕΤΑΦΟΡΙΚΑ
#5037 by Konstantina Drakepoulou kwnstantina_drak@hotmail.com	2 items	konna drak, eupalinou 1, patras, Πελοπόν via ΔΩΡΕΑΝ ΜΕΤΑΦΟΡΙΚΑ
#3256 by Constantinos Halkiopoulos demo.templateela@gmail.com	0 items-	asb, amisha patel, surat, dfg, surat - 39500
#686 by Constantinos Halkiopoulos admin@admin.com	0 items-	tai nhot, woocommerce, woocommerce 2, London

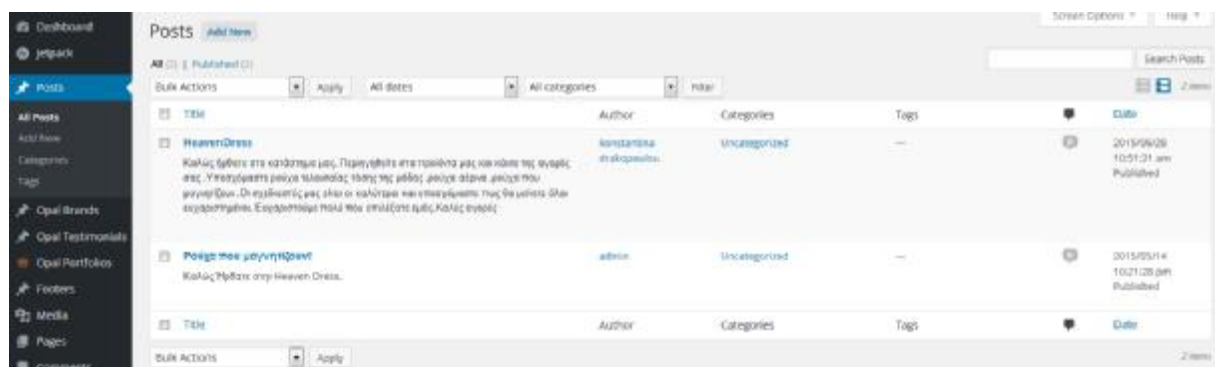
7.5 Coupons

Για να βάλουμε κάποια κουπόνια για το κατάστημα μας πάμε στην επιλογή WooCommerce και μετά Coupon επιλέγουμε το Add coupon. Στο πρώτο κελί τοποθετούμε τον κωδικό που θα γράφει ο χρήστης για να μπει η έκπτωση και στο δεύτερο κελί γράφουμε κάποιο σχόλιο. Στο coupon data και μετά στο general στην επιλογή Discount type ρυθμίζουμε αν θα γίνει έκπτωση ή μείωση ποσού στο καλάθι ή σε συγκεκριμένο προϊόν και στην συνέχεια βάζουμε την τιμή που επιθυμούμε στο Coupon amount. Δεν επιλέγουμε το Allow free shipping, δηλαδή δεν θα έχει δωρεάν μεταφορικά αν το ποσό με το κουπόνι δεν ξεπεράσει το όριο και στο Coupon expiry date επιλέγουμε αν θα υπάρχει ημερομηνία λήξης του κουπονιού. Στην συνέχεια πατάμε το Publish για την δημοσίευση του κουπονιού.



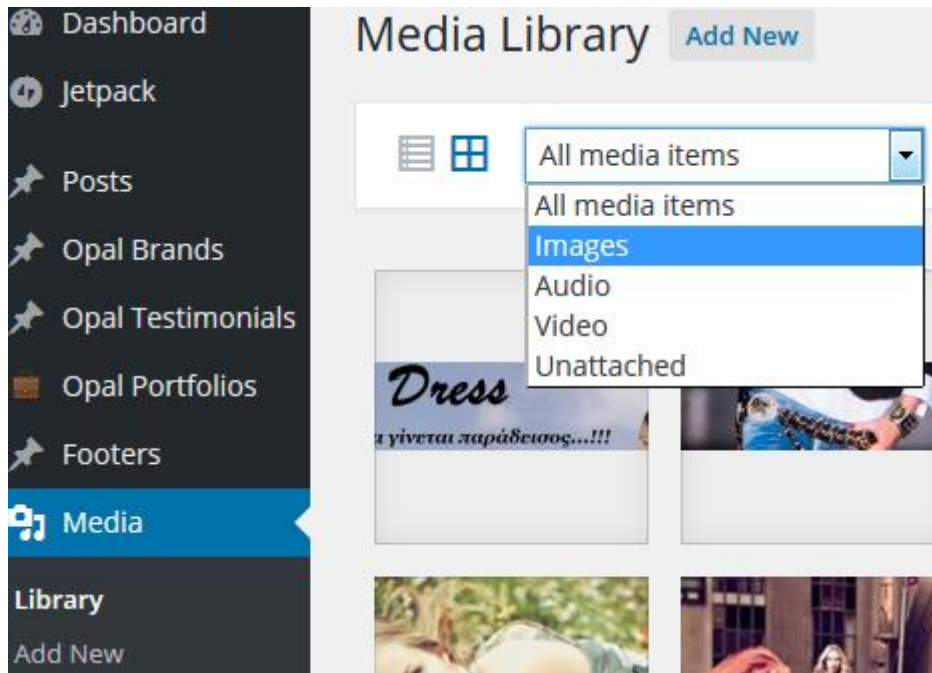
Posts

Στο μενού Posts είναι τα άρθρα που θα καταχωρήσουμε για να εμφανίζονται στο κατάστημα μας. Μπορεί να περιέχει κείμενο, πληροφορίες ακόμα και εικόνες.



7.6 Media Library

Εδώ μπορεί να γίνει η προσθήκη και αποθήκευση του υλικού για το κατάστημα είτε αυτό είναι ήχος, βίντεο ή εικόνα.



7.7 Pages

Τα Pages είναι βασικές σελίδες που θα φτιάξουν το ηλεκτρονικό κατάστημα και θα δείχνουν στον πελάτη-καταναλωτή προς τα που θα κινηθεί. Προκειται για καρτέλες ουσιαστικά που βοηθούν τον πελάτη να επιλέξει κάποιες λειτουργίες. Εφ'όσον λειτουργούμε σε πλατφόρμα και επιλέγουμε το θέμα πολλές σελίδες είναι ήδη έτοιμες. Μπορούμε όμως να προσθέσουμε και εμείς σελίδες πηγαίνοντας στα εργαλεία μας αριστερά, Pages και μετά Add new. Ένα παραδειγμα δημιουργίας σελίδας που χρειαζόμαστε για το καταστημά μας είναι οι πληροφορίες για τα έξοδα αποστολής. Οπότε αφού έχουμε πατήσει Add new μας βγάζει σε ένα παραθυρο στο οποίο συμπληρώνουμε τα στοιχεία που θέλουμε.

The screenshot shows the Joomla! CMS editor interface. The main content area displays a page titled "ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΕΣ ΓΙΑ ΕΞΟΔΑ ΑΠΟΣΤΟΛΗΣ". The page content is as follows:

ΜΕΣΩ ΕΛΤΑ

- Για αγορές από 60 ευρώ και άνω τα έξοδα αποστολής είναι δωρεάν.
- Για παραγγελίες αξίας μικρότερης των 60 ευρώ τα έξοδα αποστολής είναι 3 ευρώ.
- Υπάρχει χρεώση αντικταβίωσης.
- Η παράδοση της παραγγελίας σας από την εταιρεία μας στο ΕΛΤΑ πραγματοποιείται σε 3 εργάσιμα μέρες από την ημέρα της παραγγελίας. Την ημέρα που γίνεται η αποστολή σας ενημερώνουμε με email για τον αριθμό αποστολής σας.

ΜΕΣΩ ΤΑΧΥΜΕΤΑΦΟΡΩΝ(COURIER)

- Για αγορές από 60 ευρώ και άνω τα έξοδα αποστολής είναι δωρεάν.
- Για παραγγελίες αξίας μικρότερης των 60 ευρώ τα έξοδα αποστολής είναι 5 ευρώ.
- Υπάρχει χρεώση αντικταβίωσης.
- Η παράδοση της παραγγελίας σας από την εταιρεία μας στην εταιρεία ταχυμεταφορών πραγματοποιείται την ίδια μέρα για παραγγελίες που πραγματοποιούνται εργάσιμη ημέρα μέχρι της 14.00. Παραγγελίες που πραγματοποιούνται σε μη εργάσιμα μέρες ή εργάσιμη μέρα μετά της 14.00 παραδίδονται στην εταιρεία ταχυμεταφορών την επόμενη εργάσιμη μέρα. Ο χρόνος παράδοσης της παραγγελίας σας κλιμακώνεται σε μία με δύο εργάσιμα μέρες από την ημέρα που παραδίδουμε τη παραγγελία στην εταιρεία ταχυμεταφορών. Την ημέρα που γίνεται η αποστολή σας ενημερώνουμε με email για τον αριθμό αποστολής σας. Εάν διαπιστώσετε καθυστέρηση στη παράδοση της παραγγελίας σας επικοινωνήστε μαζί μας για να λύσουμε το πρόβλημα όσον.

The right sidebar shows the "Publish" panel with "Status: Published" and "Published on: Jun 2, 2015 @ 16:22". Below it is the "Page Attributes" panel with "Parent: (no parent)", "Template: Defa... Template", and "Order: 0".

Στο πρώτο κενό γράψαμε την ονομασία της σελίδας που θα βλέπει ο πελάτης μας . Ακριβώς από κάτω γράψαμε το περιεχόμενο της σελίδας μας. Είναι οι πληροφορίες αποστολής των προϊόντων για να γνώριζον οι πελάτες πριν κάνουν τις αγορές τους. Στα εργαλεία δεξιά μπορούμε να κάνουμε ρυθμίσεις στο Attributes για το αν η σελίδα μας θα είναι υποσέλιδο κάποιας άλλης ή σε ποιο θέμα σελίδας θα βρίσκεται.

7.8 Products Categories-Κατηγορίες Προϊόντων

Πριν από την προσθήκη προϊόντων στο Ηλεκτρονικό Κατάστημα απαιτείται η προσθήκη των κατηγοριών για τα προϊόντα. Πρώτα πάμε Products και μετά Categories. Οι κατηγορίες προϊόντων για το κατάστημά μας μπορούν να διαχειριστούν εδώ. Στο Add New Product Category θα καταχωρήσουμε την κατηγορία που θέλουμε για ένα προϊόν. Στο Slug δεν χρειάζεται να καταχωρήσουμε κάτι,είναι μια τυπική διαδικασία για τα link της σελίδας το οποίο μπαίνει αυτόματα. Το Parent είναι για να διαχωρίσουμε τις κατηγορίες και τις υποκατηγορίες. Με τον ίδιο τρόπο φτιάχνουμε τις υποκατηγορίες και στο Parent επιλέγουμε την κυρία κατηγορία στην οποία θα βρίσκεται η υποκατηγορία. Το Description είναι μια περιγραφή για την κατηγορία η οποία δεν είναι εμφανή από προεπιλογή,ωστόσο ορισμένα θέματα μπορεί να τα δείξει. Όπως στο Display type είναι ο τύπος που θα παρουσιάζεται το προϊόν στην κατηγορία και δεν επιλέγουμε κάτι. Στο Thumbnail μπορούμε να ανεβάσουμε την φωτογραφία της κατηγορίας. Για να αποθηκευτούν οι ρυθμίσεις μας πατάμε το Add new product category.

Add New Product Category

Name

The name is how it appears on your site.

Slug

The "slug" is the URL-friendly version of the name. It is usually all lowercase and contains only letters, numbers, and hyphens.

Parent

Description

The description is not prominent by default; however, some themes may show it.

Category Icon class

Enter a value for category icon class. If not have icon class, please upload image icon

Display type

Thumbnail

[Add New Product Category](#)

Στο πλάι και δεξιά εμφανίζονται όλες οι κατηγορίες και υποκατηγορίες που έχουμε καταχωρήσει. Αν θέλουμε να τις επεξεργαστούμε πάμε πάνω στο εικονίδιο και πατάμε edit ή quick edit για επεξεργασία και delete για διαγραφή της κατηγορίας. Το view είναι ένα χρήσιμο εργαλείο το οποίο μας δείχνει πως φαίνονται οι κατηγορίες και τα προϊόντα στο κατάστημα μας.

Image	Name	Description	Slug	Count
	ΚΟΣΜΗΜΑΤΑ Edit Quick Edit Delete View		κοσμηματα	0
	— Σκουλαρίκια		σκουλαρικια	1
	Παντελόνια		παντελονια	0
	— Παντελόνες		παντελωνες	0
	— τζιν		τζιν	1
	Φορέματα		φορεματα	3

Το μενού Shipping classes είναι για την καταχώρηση κάποιας κατηγορίας για τα έξοδα αποστολής όπως αναφέραμε πριν.

Επιλογή μενού παμε Products και μετά Attributes. Αρχικά πριν πάμε να δημιουργήσουμε τα προϊόντα μας πρέπει να προσαρμόσουμε αυτή την επιλογή. Είναι οι ιδιότητες και τα χαρακτηριστικά που θέλουμε να καταχωρήσουμε στα προϊόντα μας ώστε να μπορέσουν να πουληθούν με τον καλύτερο τρόπο. Στην δική μας περίπτωση που έχουμε ρούχα θέλουμε ο χρήστης πέρα από το προϊόν να μπορεί να παραγγείλει αυτόματα το χρώμα και το νούμερο που τον ενδιαφέρει. Στο name βάζουμε το όνομα που θέλουμε να καταχωρήσουμε και εμείς επιλέξαμε το μέγεθος και το χρώμα. Στο type επιλέγουμε το Text το οποίο καθορίζει τον τρόπο με τον οποίο μπορούμε να επιλέξουμε τα χαρακτηριστικά των προϊόντων. Default sort order επιλέγουμε το name για κείμενο ή όνομα γιατί έτσι καθορίζει την σειρά ταξινόμησης του χαρακτηριστικού μας. Στην συνέχεια επιλέγουμε το Add attribute για να καταχωρηθεί η επιλογή μας. Για επεξεργασία των Attributes είναι ακριβώς ο ίδιος τρόπος όπως και στις κατηγορίες που ανέφερα προηγουμένως.

Add New Attribute

Attributes let you define extra product data, such as size or colour. You can use these attributes in the shop sidebar using the "layered nav" widgets. Please note: you cannot rename an attribute later on.

Name

Name for the attribute (shown on the front-end).

Slug

Unique slug/reference for the attribute; must be shorter than 28 characters.

Enable Archives?

Enable this if you want this attribute to have product archives in your store.

Type

Determines how you select attributes for products. Under admin panel -> products -> product data -> attributes -> values, Text allows manual entry whereas select allows pre-configured terms in a drop-down list.

Default sort order

Determines the sort order of the terms on the frontend shop product pages. If using custom ordering, you can drag and drop the terms in this attribute.

Add Attribute

Name	Slug	Type	Order by	Terms	
ΜΕΓΕΘΟΣ	megethos	Text	Name	l, m, s, xs	
ΧΡΩΜΑ	χρωμα	Text	Name	ΛΕΥΚΟ, ΜΑΥΡΟ, ΜΠΛΕ	

Για να επιλέξουμε αυτά τα χαρακτηριστικά στα προϊόντα μας πάμε στο Products και μετά πάλι Products. Αν έχουμε δημιουργήσει κάποιο προϊόν πάμε στο edit. Στο Product data επιλέγουμε το variable product γιατί θέλουμε να είναι μεταβλητό προϊόν. Πάμε Attributes και στο custom product attribute επιλέγουμε το χαρακτηριστικό που θέλουμε να καταχωρήσουμε και μετά Add.



Στην συνέχεια μας βγάζει κάποιες περαιτέρω ρυθμίσεις. Επιλέγουμε το visible on the product page και το used for variations. Στο value(s) βάζουμε κάποιο χαρακτηριστικό που θα εμφανίζεται ως επιλογή στον χρήστη και τέλος επιλέγουμε το Save attributes.



Στην συνέχεια παμε στην επιλογή Variations. Είναι οι μεταβολές που πρέπει να γίνουν στο προϊόν έτσι ώστε να μπορεί να κοινοποιηθεί. Στο Defaults επιλέγουμε το μέγεθος και στην συνέχεια Add variation.



Στην συνέχεια μας ανοίγει νέες ρυθμίσεις. Το βασικό στοιχείο που πρέπει να συμπληρωθεί είναι η τιμή του προϊόντος. Στο SKU μπορούμε να βάλουμε την τιμή του αποθέματος το οποίο θα εμφανίζεται στο κατάστημα για τους χρήστες. Στο Sale Price αν το προϊόν θα είναι σε έκπτωση, στο Stock status αν το προϊόν έχει εξαντληθεί η όχι και τέλος επιλέγουμε το Update.

#5043 — Any ΜΕΓΕΘΟΣ... Remove

SKU: [?]

Enabled Downloadable [?] Virtual [?] Manage stock? [?]

Regular Price: (€) Sale Price: (€) [Schedule](#)

Stock status [?]

Weight (kg): [?] Dimensions (LxWxH) (cm):

Shipping class:

7.9 Products

Συνεχίζουμε στο μενού Products και μετά Products. Για την εισαγωγή νέου προϊόντος είναι η επιλογή Add product. Πάνω γράφουμε την ονομασία του προϊόντος που θα εμφανίζεται στο κατάστημα. Ακριβώς από κάτω μπορούμε να δώσουμε μια περιγραφή για το προϊόν όπως και λεπτομέρειες και χαρακτηριστικά. Στην δική μας περίπτωση εφόσον το κατάστημα ασχολείται με ρούχα γράφουμε κάποια χαρακτηριστικά των ρούχων και επίσης μπορούμε να ανεβάσουμε μια δεύτερη φωτογραφία που θα εμφανίζεται πιο κάτω στην σελίδα για να δείξουμε όλες της οπτικές γωνίες του προϊόντος.

Add New Product

ΠΡΟΪΟΝ

Permalink: <http://heavendress.com/wordpress/product/προιον/> Edit View Product

Visual Text

B *I* RevSlider

ΜΙΑ ΣΥΝΤΟΜΗ ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ Η ΚΑΠΟΙΟ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΟ

Στην συνέχεια στο Product data στα δεδομένα του προϊόντος συμπληρώνουμε τιμές, μεγέθη το πόσο και αν το προϊόν έχει εξαντληθεί. Στο General δηλαδή καταχωρούμε στο SKU πόσα τεμάχια έχουν μείνει, στο Regular Price την τιμή που επιθυμούμε και στο Sale Price αν το προϊόν θα έχει κάποια έκπτωση.

Product Data — Simple product Virtual: Downloadable:

General	SKU	ΑΠΟΘΕΜΑ
Inventory	Regular Price (€)	200
Shipping	Sale Price (€)	Schedule
Linked Products		
Attributes		
Advanced		

Στο Inventory στο Stock status επιλέγουμε αν το απόθεμα θα είναι εξαντλημένο ή όχι.

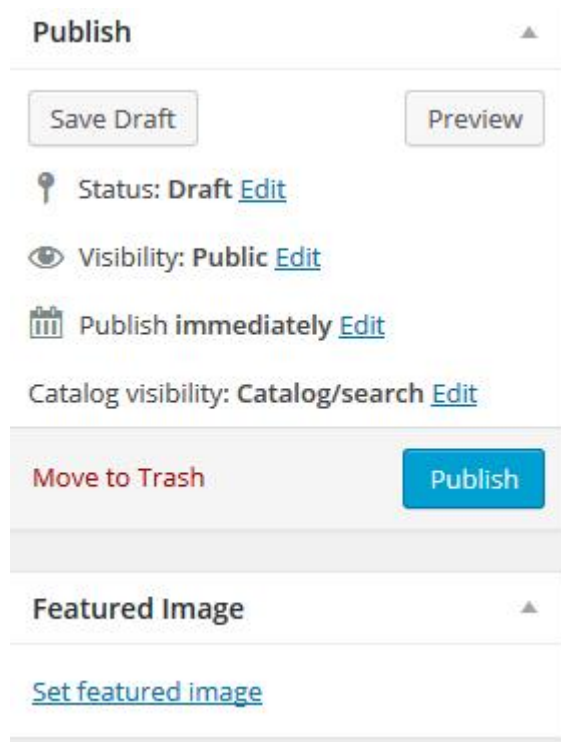
Product Data — Simple product Virtual: Downloadable:

General	Manage stock?	<input type="checkbox"/> Enable stock management at product level
Inventory	Stock status	In stock
Shipping		
Linked Products	Sold Individually	<input type="checkbox"/> Enable this to only allow one of this item to be bought in a single order

Στο Shipping class είναι για να καθορίζουμε αν κάποιο προϊόν έχει συγκεκριμένα έξοδα αποστολής και στο Weight και Dimensions είναι για τις διαστάσεις και το βάρος του προϊόντος.

General	Weight (kg)	0
Inventory	Dimensions (cm)	Length Width Height
Shipping	Shipping class	No shipping class
Linked Products		

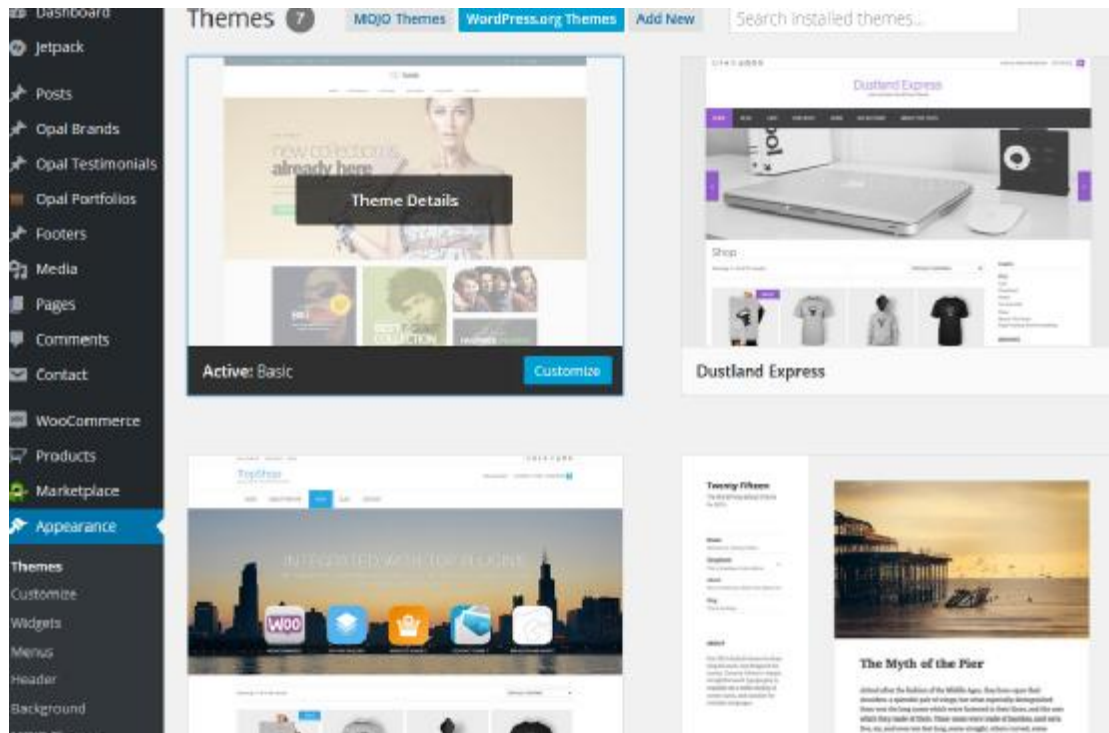
Στο Custom fields έχουμε κάποια προσαρμοσμένα πεδία που μπορούν να χρησιμοποιηθούν για την προσθήκη δεδομένων σε μια θέση στην ιστοσελίδα μας. Στο Product short description είναι για μια σύντομη περιγραφή για ακόμα καλύτερη αναφορά των προϊόντων. Τέλος η κύρια φωτογραφία του προϊόντος εμφανίζεται αν πάμε στο Featured image και Set Featured image. Εφόσον έχουμε κάνει αυτές τις ρυθμίσεις παμε και επιλέγουμε το Public.



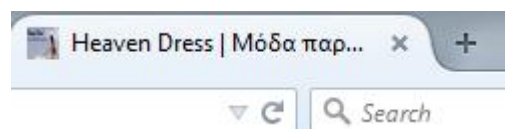
7.10 Εμφάνιση Καταστήματος

Επιλογή θέματος

Για την επιλογή θέματος του ηλεκτρονικού καταστήματος πάμε στο Μενού Appearance και μετά themes. Είτε η επιλογή μπορεί να γίνει από τα ήδη υπάρχοντα θέματα είτε από κάποια σελίδα στο διαδίκτυο ανάλογα με το πώς θέλουμε να φαίνεται το κατάστημά μας. Εμείς επιλέξαμε το θέμα μας από την ιστοσελίδα <http://themeforest.net/>. Εφόσον το αρχείο έχει κατέβει πάμε στην επιλογή Add New και στην συνέχεια Browse και μετά Install.



Στην συνέχεια πάμε στην επιλογή Customize για την κατασκευή του καταστήματος. Για αλλαγή θέματος είναι η επιλογή Active Theme και Change. Στο General setting πηγαίνουμε στο Website General Settings για τις γενικές ρυθμίσεις της ιστοσελίδας.



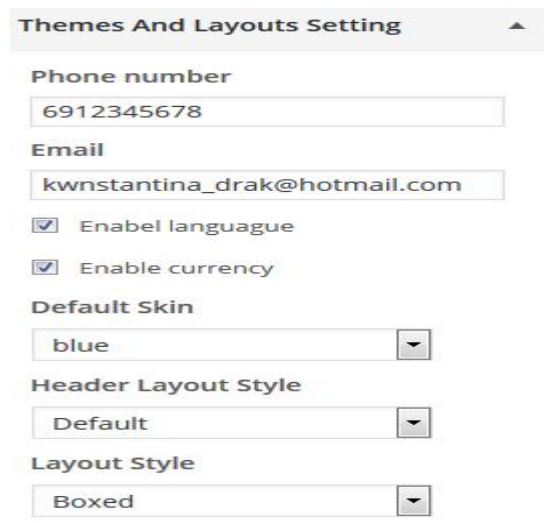
Στο Site Title βάζουμε την ονομασία που θέλουμε να εμφανίζεται ως τίτλος της ιστοσελίδας και στο Tagline έναν συνεχόμενο τίτλο. Το Favicon είναι το εικονίδιο που θα εμφανίζεται δίπλα από τον τίτλο της ιστοσελίδας. Στο Logo επιλέγουμε μια φωτογραφία που θα εμφανίζεται σαν λογότυπο στο πάνω μέρος της ιστοσελίδας.



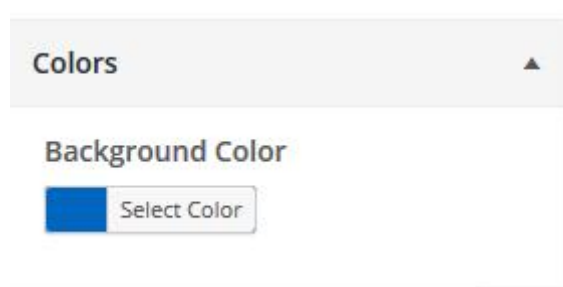
Στο Copyright text είναι το κείμενο που θα εμφανίζεται στο κάτω μέρος της ιστοσελίδας.



Στο Themes and Layouts Setting έχουμε τις ρυθμίσεις για το σχεδιάγραμμα της ιστοσελίδας. Στο Phone number πλητρολογούμε τον αριθμό μας για να επικοινωνούν οι χρήστες για ότι απορία έχουν. Έπειτα συμπληρώνουμε το ηλεκτρονικό ταχυδρομείο. Επιλέγουμε να φαίνεται η επιλογή της γλώσσας και του νομίσματος. Το Default Skin είναι προεπιλογή του 'δέρματος'. Το Header Layout Style και το Layout Style είναι το πώς θα είναι το στυλ της επικεφαλίδας της ιστοσελίδας.



Στο Background Color είναι η επιλογή του χρώματος που θα φαίνεται πίσω από την ιστοσελίδα.



Στην συνέχεια πάμε στο General Setting της Woocommerce.Επιλέγουμε τα εξής :

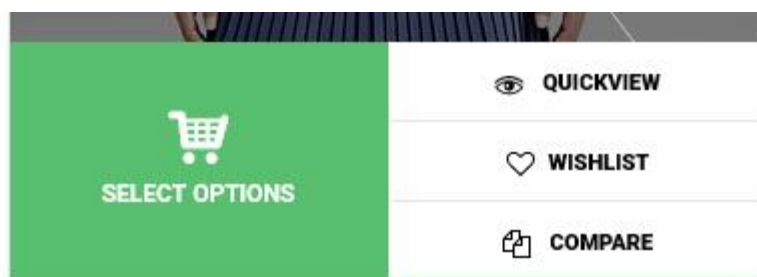
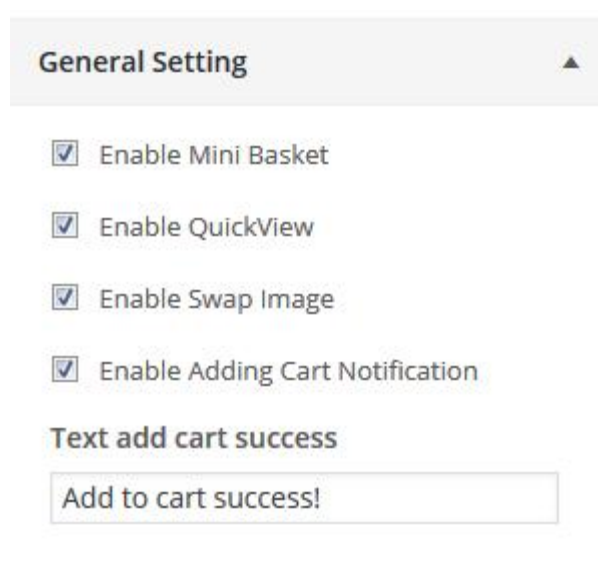
Enable Mini Basket για να φαίνεται στο κατάστημα μας το καλάθι για να μπορούν οι χρήστες να βλέπουν τα προϊόντα τους

Enable QuickView για μια γρήγορη εμφάνιση του προϊόντος



Enable Swap Image είναι μια επιλογή για την φωτογραφία

Enable Adding Cart Notification να εμφανίζει την προσθήκη του προϊόντος στο καλάθι.

Το Text add cart success είναι το κείμενο που θα εμφανίζεται στον χρήστη ότι το προϊόν προστέθηκε στο καλάθι με επιτυχία.



Στο archive page settings είναι οι ρυθμίσεις της σελίδας σχετικά με την αρχειοθέτηση. Με αυτή την επιλογή διαμορφώνουμε τις κατηγορίες,την αναζήτηση και την ρύθμιση της σελίδας στην ιστοσελίδα. Πέρα από το πώς θέλουμε να εμφανίζεται μπορούμε να επιλέξουμε και πόσα προϊόντα θα εμφανίζονται στον χρήστη, είτε ανα σελίδα είτε ανα σειρά. Στο single product page settings είναι οι ρυθμίσεις για το προϊόν ξεχωριστά.

Archive Page Setting ▲	Single Product Page Setting ▲
Configure categories, search, shop page setting	Configure single product page
Archive Layout	Product Detail Layout
	
Archive Left Sidebar	Product Detail Left Sidebar
Left Sidebar ▼	▼
Archive Right Sidebar	Product Detail Right Sidebar
Right Sidebar ▼	Right Sidebar ▼
List Grid	<input type="checkbox"/> Disable show related product
Select default layout archive product	<input type="checkbox"/> Disable show upsells product
Grid ▼	Number of Product Per Row
Number of Products Per Page	3 Items ▼
12	Number of Products to Show
Number of Products Per Row	6
4 Items ▼	<input checked="" type="checkbox"/> Show Social share product

Το ίδιο και για το Blog. Είναι οι ρυθμίσεις για την εμφάνιση της ιστοσελίδας.

You are customizing ▼
Blog

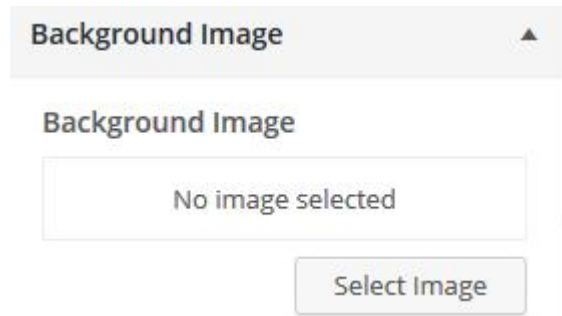
Layout Setting ▼

General Setting ▼

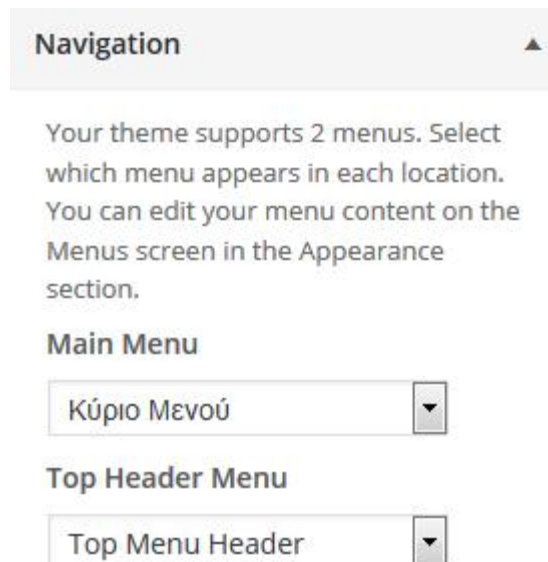
Archive Setting ▼

Single post Setting ▼

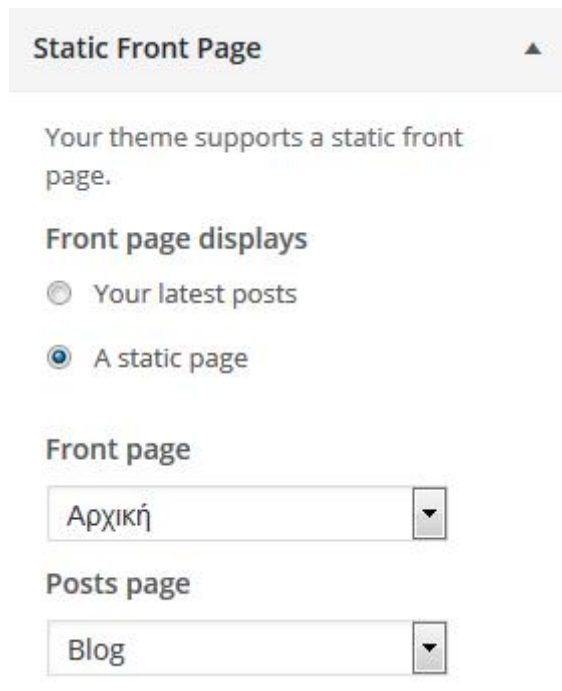
Το Background Image είναι για την εικόνα που θέλουμε να εμφανίζεται πίσω από την ιστοσελίδα μας.



Το Navigation αφορά την πλοήγηση της ιστοσελίδας. Το θέμα μας υποστηρίζει 2 μενού. Θα επιλέξουμε το κατάλληλο μενού που θέλουμε να εμφανίζεται σε κάθε θέση. Το κύριο μενού το οποίο βρίσκεται κεντρικά της σελίδας μας. Στο Top Header Menu το οποίο είναι η επικεφαλίδα μας επιλέγουμε το Header Menu.

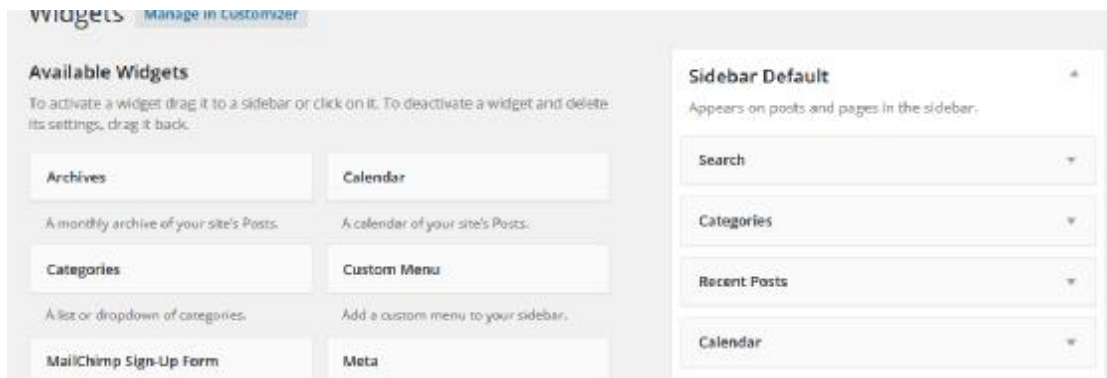


Από προεπιλογή, το WordPress δείχνει τις πιο πρόσφατες δημοσιεύσεις μας σε αντίστροφη χρονολογική σειρά στην πρώτη σελίδα της ιστοσελίδας μας. Πολλοί χρήστες θέλουν μια στατική πρώτη σελίδα. Η εμφάνιση στην πρώτη σελίδα του site είναι με βάση τις επιλογές του χρήστη σε συνδυασμό με τα χαρακτηριστικά και τις επιλογές του WordPress. Εμείς επιλέξαμε να εμφανίζεται μια στατική σελίδα.



Widget

Συνεχίζουμε με το μενού Widget. Εδώ αφορά τα γραφικά στοιχεία που θα εμφανίζονται στον χρήστη όπως ένα κείμενο, το ημερολόγιο, το καλάθι, τα τελευταία posts και άλλα. Εμείς επιλέξαμε να εμφανίζεται η αναζήτηση του προϊόντος, οι κατηγορίες, οι τελευταίες ενημερώσεις και το ημερολόγιο.



June 2015

categories

Uncategorized

recent posts

HeavenDress

Ρούχα που μαγνητίζουν!

M	T	W	T	F	S	S
1	2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13	14
15	16	17	18	19	20	21
22	23	24	25	26	27	28
29	30					
« May						

Συνεχίζουμε στο μενού Appearance και έπειτα Menus. Αφορά την επεξεργασία των μενού που θα εμφανίζεται στο χρήστη στην σελίδα του καταστήματος.



Select a menu to edit: or create a new menu.

Για την δημιουργία της επικεφαλίδας της ιστοσελίδας επεξεργαστήκαμε το Top Header Menu. Στο Menu Structure είναι το πώς δομείται η επικεφαλίδα. Επιλέξαμε να εμφανίζεται στον χρήστη οι Τρόποι Πληρωμής, Έξοδα αποστολής, Ο Λογαριασμός Μου, Καλάθι Αγορών, Wishlist, Checkout και Logout. Στο Menu Settings επιλέξαμε στο Theme locations μόνο το Top Header Menu για να εισαχθεί το μενού στην τοποθεσία της επικεφαλίδας.

Menu Structure

Drag each item into the order you prefer. Click the arrow on the right of the item to reveal additional configuration options.

Τρόποι Πληρωμής	X XX ▾
Έξοδα αποστολής	X XX ▾
Ο Λογαριασμός Μου	X XX ▾
Καλάθι Αγορών	X XX ▾
Wishlist	X XX ▾
Checkout	X XX ▾
Logout	X XX ▾

Menu Settings

Auto add pages

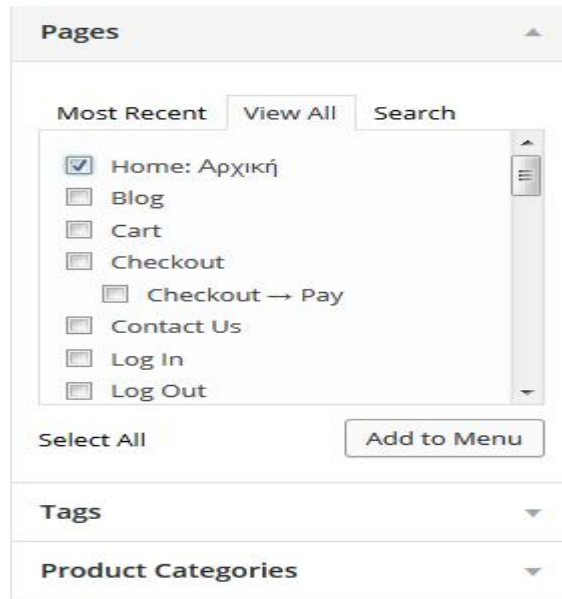
Automatically add new top-level pages to this menu

Theme locations

Main Menu (Currently set to: Κύριο Μενού)

Top Header Menu

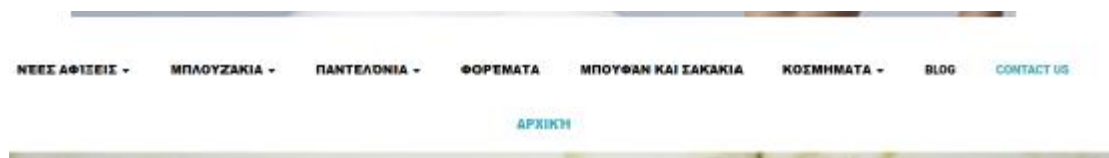
Η επιλογή τους έγινε το το πλαϊνό μενού επιλέγοντας την ετικέτα που επιθυμούμε να προσθέσουμε και μετά πατάμε το Add to Menu.



Για την επιλογή των ετικετών της δημιουργίας του μενού παρατηρούμε ότι στο πάνω μέρος του Woocommerce υπάρχει ένα πινακάκι-βοήθημα που από εκεί μπορούμε να επιλέξουμε τι θα εμφανίζει στο πλαίνο μενού.



Τέλος για την αποθήκευση του μενού επιλέγουμε το Save Menu. Με τον ίδιο τρόπο δημιουργούμε και το κύριο μενού μόνο που εδώ στο Menu Settings επιλέξαμε την αυτόματη προσθήκη νέων σελίδων ανώτατου στο μενού και στην τοποθεσία του το Main Menu για να βρίσκεται κεντρικά στην ιστοσελίδα μας.



Menu Settings

Auto add pages

Automatically add new top-level pages to this menu

Theme locations

Main Menu

Top Header Menu (Currently set to: Top Menu Header)

Menu Structure

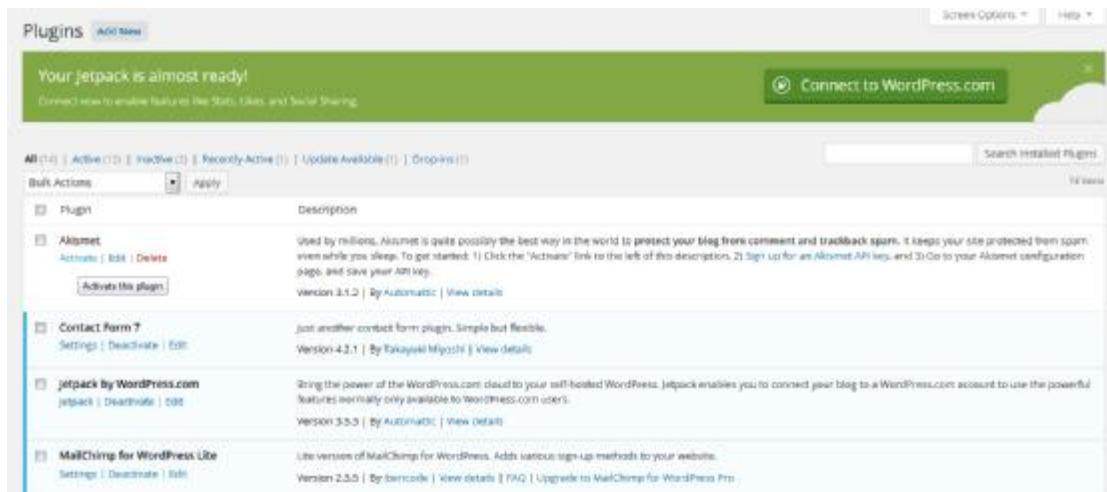
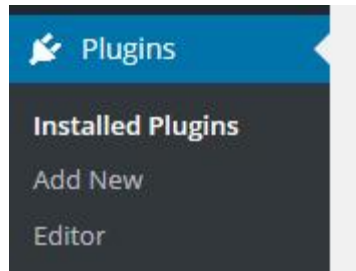
Drag each item into the order you prefer. Click the arrow on the right of the item to reveal additional configuration options.

Νέες αφίξεις	X XX	▼
Καλοκαιρι 2015	X XX	▼
Τσάντες	X XX	▼
Μπλουζάκια	X XX	▼
T-shirts	X XX	▼
Αθλητικά	X XX	▼
Παντελόνια	X XX	▼
Παντελόνες	X XX	▼
τζίν	X XX	▼
Φορέματα	X XX	▼
Μπουφάν και Σακάκια	X XX	▼
ΚΟΣΜΗΜΑΤΑ	X XX	▼
Σκουλαρίκια	X XX	▼
Blog	X XX	▼
Contact Us	X XX	▼
Αρχική	X XX	▼

Menu Settings

Plugins

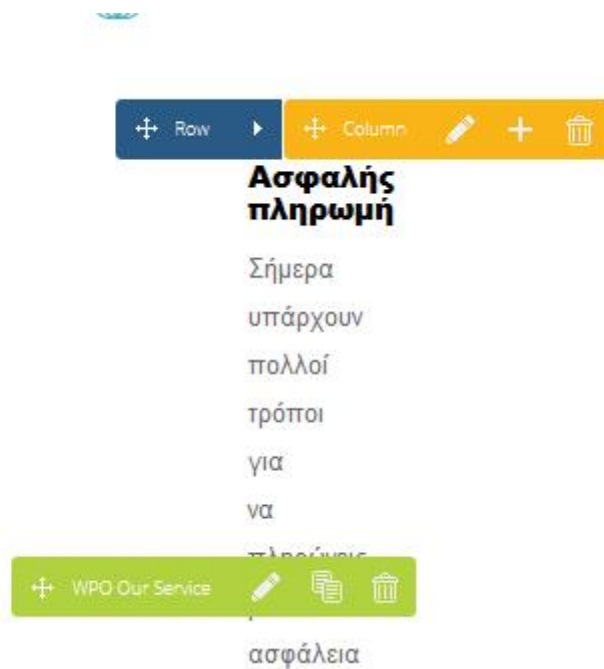
Ονομάζονται Πρόσθετα και είναι οι τρόποι για να επεκτείνουν και να προσθέσουν τη λειτουργικότητα που υπάρχει ήδη στο WordPress. Ο πυρήνας του WordPress έχει σχεδιαστεί για να είναι ελαφρύ λογισμικό, για να μεγιστοποιηθεί η ευελιξία των ρυθμίσεων. Αυτά τα πρόσθετα προσφέρουν στη συνέχεια προσαρμοσμένες λειτουργίες και χαρακτηριστικά, έτσι ώστε κάθε διαχειριστής να μπορεί να προσαρμόσει το κατάστημα στις ιδιαίτερες ανάγκες του. Στο Installed Plugins μπορούμε να ενεργοποιήσουμε αυτά τα πρόσθετα πέρα από αυτά που είναι ήδη εγκατεστημένα από το θέμα που έχουμε επιλέξει. Για ενεργοποίηση του πρόσθετου επιλέγουμε το Activate.



Περιγραφή έτοιμων εργαλείων από το θέμα μας.

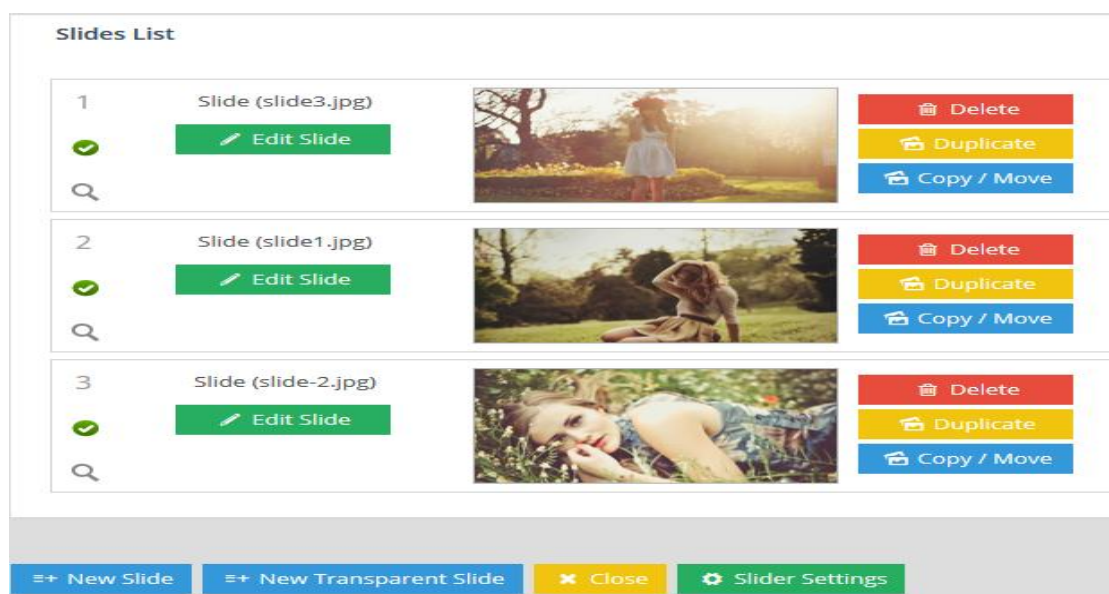
Visual Composer . Χρησιμοποιείται για την κατασκευή σελίδων για οποιοδήποτε θέμα του WordPress χωρίς κωδικοποίηση. Έυκολα γίνεται η προσθήκη στοιχείων, όπως κείμενο και εικόνες στη σελίδα, επιλογή της θέσης αυτών των χαρακτηριστικών που μπορούν να βοηθήσουν να δημιουργηθεί και να σχεδιαστεί εύκολα το κατάστημα. Πριν μπούμε στο βασικό μενού για επεξεργασία της ιστοσελίδας μας εμφανίζεται ένα πιο μικρό μενού στο πάνω μέρος της σελίδας. Επιλέγουμε το Edit with Visual Composer.





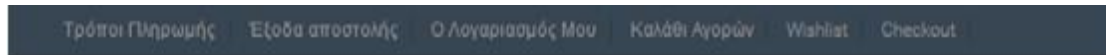
Παραμένουμε στην αρχική μας σελίδα και παρατηρούμε ότι βγάζει αυτά τα μικρά εργαλεία για να επεξεργαστούμε την σελίδα μας ή το κείμενο μας. Είναι ένα χρήσιμο εργαλείο για την γρήγορη δημιουργία ή επεξεργασία της ιστοσελίδας.

Revolution Slider. Είναι ένα plugin για το WordPress, μια λύση που επιτρέπει να δείχνει σχεδόν οποιοδήποτε είδος του περιεχομένου, με εξαιρετικά εφέ. Είναι αρκετά εύκολο στην χρήση τόσο για τους επαγγελματίες όσο και για τους αρχάριους. Έχει αποκτήσει μεγάλη δημοσιότητα λόγω του ότι έχει τεράστια γκάμα χαρακτηριστικών και ευκολία στην χρήση. Εμείς το χρησιμοποιήσαμε για εφέ στην κεντρική μας σελίδα. Το υπάρχον θέμα είχε σχεδόν έτοιμο το slider. Επιλέξαμε το Edit Slides και στην συνέχεια ανεβάσαμε τις φωτογραφίες που επιθυμούμε.



8.Λειτουργίες Επισκεπτών

Το Ηλεκτρονικό Κατάστημα σε όλες τις σελίδες του περιέχει κάποια links για την εμφάνιση γενικών πληροφοριών που αφορούν το ίδιο το κατάστημα και τη λειτουργία του. Οι πληροφορίες αφορούν τον τρόπο παραγγελίας, τον τρόπο πληρωμής, τους τρόπους αποστολής, τα έξοδα αποστολής, ανακοινώσεις του καταστήματος, πληροφορίες για την εταιρία, και τα ρούχα τους όρους χρήσης και αγοράς και τρόπους επικοινωνίας με το κατάστημα.



γιατί να επιλέξετε τα δικά μας προϊόντα?



Καλής ποιότητας Ρούχα

Πέρα από την καλαισθησία και το γούστο, όταν διαλέγουμε ρούχα θα πρέπει να προσέχουμε και άλλα πράγματα τα οποία είναι βασικά για την άνεση μας αλλά και για το πορτοφόλι μας!

Αγοράστε με ασφάλεια από τους σχεδιαστές μας

Οι σχεδιαστές μας νοιάζονται για τις ανάγκες των καταναλωτών μας. Απευθυνόμαστε σε όλες τις ηλικίες ξεχωρίζοντας έτσι τα στυλ κάθε γονιός δημιουργώντας ρούχα με στυλ και πάντα από όλα διαχρονικά.

Ασφαλής πληρωμή

Σήμερα υπάρχουν πολλοί τρόποι για να πληρώνας με ασφάλεια στο διαδικτυο. Ένα από τα θετικά παραδείγματα αυτού είναι η αντικαταβολή εφόσον πληρώνας χωρίς την εισαγωγή προσωπικών στοιχείων ή στοιχείων τραπεζικού λογαριασμού ή πιστωτικής κάρτας.

8.1 Αναζήτηση

Δεξιά στην επικεφαίδα μενού του καταστήματος βρίσκεται το εικονίδιο της αναζήτησης . Απαραίτητη προϋπόθεση για την αναζήτηση είναι η συμπλήρωση των όρων αναζήτησης, που μπορεί να είναι μια λέξη, μια φράση, ένας αριθμός, και η επιλογή της φύσης του όρου αναζήτησης από τις διαθέσιμες επιλογές. Έτσι μπορεί να γίνει αναζήτηση ενός προϊόντος με τον ακριβή κωδικό που του έχει δώσει το κατάστημα, ή με ακριβείς λέξεις και κωδικούς του προϊόντος από το εργοστάσιο κατασκευής του, ή με μέρος κάποιων λέξεων που περιλαμβάνονται στο εργοστασιακό όνομα ή κωδικό του, ή με κάποιες λέξεις που να αναφέρονται στην περιγραφή του προϊόντος.



8.2 Επικοινωνία

Το link Contact Us είναι το αρχείο με την κατάλληλη φόρμα το οποίο εμφανίζει κάποια ερωτήματα που μπορεί να θέσει ο επισκέπτης-χρήστης ή τις παρατηρήσεις του για το κατάστημα ή για κάποια προϊόντα . Στη φόρμα αυτή πρέπει απαραίτητως να συμπληρωθούν όλα τα πεδία και με την επιλογή Send αποστέλλονται αυτά τα στοιχεία σε εμας .

NEES AFISEIS - ΜΠΛΟΥΖΑΚΙΑ - ΠΑΝΤΕΛΟΝΙΑ - ΦΟΡΕΜΑΤΑ ΜΠΟΥΦΑΝ ΚΑΙ ΣΑΚΑΚΙΑ ΚΟΣΜΗΜΑΤΑ - BLOG CONTACT US

ΑΡΧΙΚΗ

Home / Contact Us

Contact Us

Your Name (required)

Your Email (required)

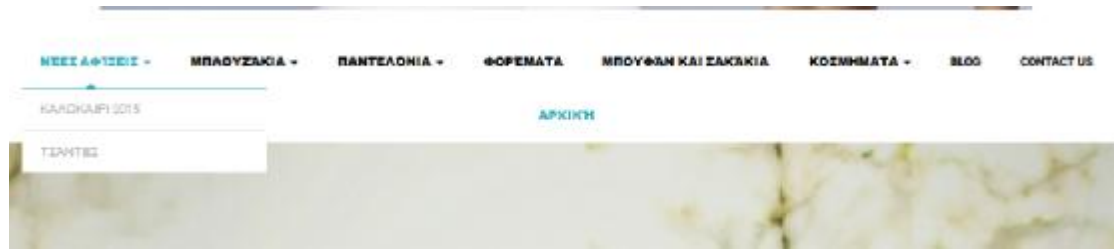
Subject

Your Message

8.3 Περιήγηση στα προϊόντα

Μόλις είδαμε έναν τρόπο εύρεσης των προϊόντων στο κατάστημα .Ένας άλλος τρόπος για την εύρεση προϊόντων είναι μέσω της περιήγησης.Γενικά τα πρίόντα στο κατάστημα είναι σε κατηγορίες ομαδοποιημένα όπου κάθε κατηγορία περιέχει προϊόντα με ίδια χαρακτηριστικά και με κάποιο κοινό γνώρισμα.Κάθε κατηγορία χωρίζεται και σε υποκατηγορίες για την καλύτερη εξυπηρέτηση του χρήστη-πελάτη.

Όπως βλέπουμε στην παρακάτω εικόνα έχουμε αυτές τις κατηγορίες και τις υποκατηγορίες τους στο βασικό μενού της ιστοσελίδας μας



Αφού ο επισκέπτης κάνει περιήγηση στο κατάστημα μπορεί να επιλέξει να γυρίσει στην αρχική σελίδα είτε από το μενού ΑΡΧΙΚΗ είτε από το link Home όπως φαίνεται παρακάτω στην φωτογραφία.



8.4 Προβολή προϊόντων

Με την επιλογή κάποιας κατηγορίας γίνεται η προβολή των προϊόντων. Κλικάροντας επάνω στο προϊόν που επιλέξαμε μας τοποθετεί σε μια νέα σελίδα όπου εμφανίζονται όλα τα στοιχεία του προϊόντος όπως είναι η τιμή, η επιλογή μεγέθους, τι απόθεμα έχει μείνει, σε ποια κατηγορία ανήκει και επιπλέον κάτω από την φωτογραφία μπορούμε να βρούμε κάποιες πληροφορίες για το πο προϊόν. Μπορεί να είναι μια σύντομη περιγραφή, το υλικό και άλλα πολλά, ότι επιθυμεί να δείχνει ο διαχειριστής στους πελάτες του.

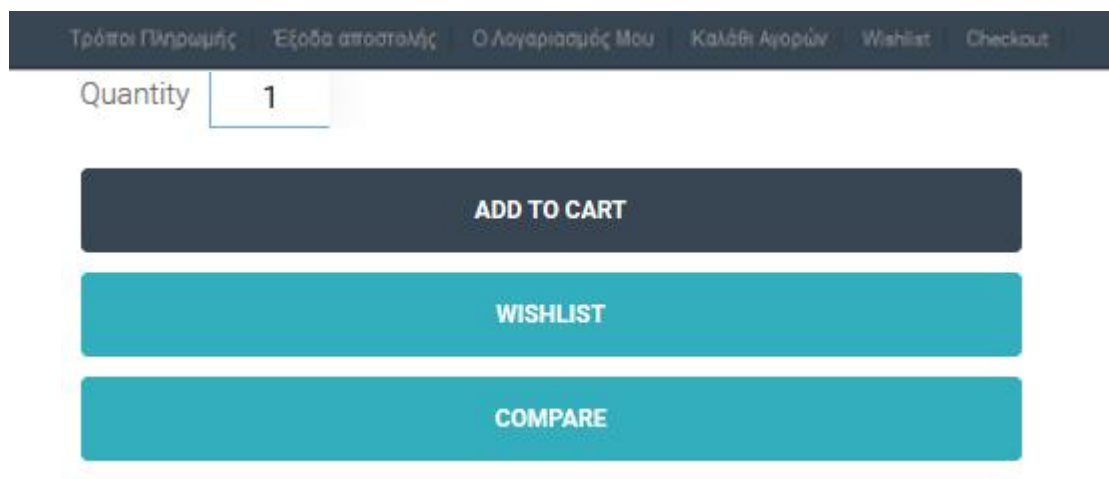





DESCRIPTION	ADDITIONAL INFORMATION
PRODUCT DESCRIPTION	
Λευκό T-shirt με μαύρα γράμματα	

8.5 Προβολή Καλαθιού Αγορών

Για την μετάβαση στο καλάθι αγορών αρκεί ο επισκέπτης του καταστήματος να πατήσει το κουμπί Καλάθι αγορών που βρίσκεται στο επάνω μέρος της ιστοσελίδας στην επικεφαλίδα. Εκεί βλέπει τα προϊόντα που έχουν προστεθεί στο καλάθι αγορών. Επίσης μπορεί να προσθέσει το προϊόν που επιθυμεί την ώρα που κάνει περιήγηση.



Εδώ βλέπουμε πως εμφανίζεται η σελίδα αυτή στον χρήστη.

		Product	Price	Quantity	Total
×		Κόκκινο τσάντακι	€67.00	Quantity <input type="text" value="1"/>	€67.00

Coupon:

Cart Totals

Cart Subtotal	€67.00
Shipping and Handling	<input type="text" value="ΔΩΡΕΑΝ ΜΕΤΑΦΟΡΙΚΑ"/> <input type="button" value="CALCULATE SHIPPING"/>
	<input type="text" value="Greece"/> <input type="text" value="Πελοπόννησος"/> <input type="text" value="26332"/> <input type="button" value="UPDATE TOTALS"/>
VAT	€0.00
Order Total	€67.00

8.6 My Account-Ο Λογαριασμός μου

Από τη στιγμή που κάποιος θα εκτελέσει μια επιτυχή εγγραφή του στο σύστημα έχει τη δυνατότητα να συνδέεται σε αυτό ώστε να απολαμβάνει τα δικαιώματα των εγγεγραμμένων μελών. Για τη σύνδεση απαιτείται η εισαγωγή του σωστού ψευδωνύμου και κωδικού πρόσβασης.

Login

Username or email address *

Password *

Remember me

[Lost your password?](#)

Αφού ολοκληρωθεί αυτή η φόρμα μας εμφανίζει το ταμπλό του λογαριασμού μας όπου μπορούμε να δούμε τις πρόσφατες παραγγελίες μας, να διαχειριστούμε τις διευθύνσεις αποστολής και χρέωσης μας και να επεξεργαστούμε τον κωδικό πρόσβασης και στοιχεία του λογαριασμού μας.

8.7 Checkout-Ολοκλήρωση Παραγγελίας

Η ολοκλήρωση μιας παραγγελίας είναι η σημαντικότερη λειτουργία που μπορεί να εκτελέσει ένα μέλος του καταστήματος. Ο επισκέπτης μπορεί να φτάσει μέχρι το σημείο που γεμίζει το καλάθι αγορών με προϊόντα. Από εκεί, για να συνεχίσει στην παραγγελία αυτών των προϊόντων, πρέπει είτε να συνδεθεί στο σύστημα αν είναι ήδη μέλος, είτε να κάνει την παραγγελία του εκείνη τη στιγμή εφόσον επιλέξαμε ότι δεν χρειάζεται να είναι μέλος για να κάνει την παραγγελία που επιθυμεί.

Η φόρμα που εμφανίζεται στην συνέχεια είναι η συμπλήρωση των στοιχείων του πελάτη για να αποσταλεί σε αυτόν η παραγγελία.

Billing Details	Ship to a different address?
Country Greece	<input type="checkbox"/>
First Name *	Order Notes
<input type="text" value="konna"/>	<input type="text" value="Notes about your order; e.g. special notes for delivery."/>
Last Name *	
<input type="text" value="drak"/>	
Company Name	
<input type="text"/>	
Address *	
<input type="text" value="eupalinou 1"/>	
<input type="text" value="Apartment, suite, unit etc. (optional)"/>	
Town / City *	
<input type="text" value="patras"/>	
State / County *	Postcode / Zip *
<input type="text" value="Πελοπόννησος"/>	<input type="text" value="26332"/>
Email Address *	Phone *
<input type="text" value="kwnstantina_drak@hotmail.com"/>	<input type="text" value="6956353882"/>

Στην συνέχεια εμφανίζονται τα στοιχεία της παραγγελίας .ο τρόπος με τον οποίο θα επιλέξει ο πελάτης να πληρώσει και στο τέλος υπάρχει το κουμπί Place Order για την καταχώρηση της παραγγελίας .

Your order

Product	Total
Κόκκινο τσαντάκι # 1	€67.00
Cart Subtotal	€67.00
Shipping and Handling	ΔΩΡΕΑΝ ΜΕΤΑΦΟΡΙΚΑ
VAT	€0.00
Order Total	€67.00



ΤΡΑΠΕΖΙΚΗ ΚΑΤΑΘΕΣΗ



ΑΝΤΙΚΑΤΑΒΟΛΗ

Γνωρίζετε με μετρητά κατά την παράδοση

PLACE ORDER

8.8 Blog

Από το κεντρικό μενού υπάρχει ο σύνδεσμος Blog στον οποίο εμφανίζονται τα άρθρα-Posts που εμφανίζονται στον πελάτη και ένα πλαϊνό μενού εμφανίζονται κάποια gadgets που έχει επιλέξει ο δειχριστής. Ουσιαστικά πρόκειται για μία σελίδα που αναφέρονται κάποια πράγματα για το κατάστημα.

HeavenDress

Καλώς ήρθατε στο κατάστημα μας. Περιηγηθείτε στα προϊόντα μας και κάντε τις αγορές σας. Υποσχόμαστε ρούχα τελευταίας μόδας στις μέγιστες ρυθμίσεις ποιότητας που μαγνητίζουν. Ο σχεδιαστής μας είναι ο καλύτερος και υποσχόμαστε πως θα μείνετε όλοι ευχαρισμένοι. Ευχαριστούμε [...]

June 28, 2015 / Comments Off on HeavenDress / #vassilika-steliosidou

READ MORE

Ρούχα που μαγνητίζουν!

Καλώς ήρθατε στην HeavenDress.

May 14, 2015 / Comments Off on Ρούχα που μαγνητίζουν! / admin

READ MORE

Showing all 2 results

categories

Uncategorized

recent posts

HeavenDress

Ρούχα που μαγνητίζουν!

June 2015

M	T	W	T	F	S	S
1	2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13	14
15	16	17	18	19	20	21
22	23	24	25	26	27	28
29	30					
+ May						

NEES ΑΦΙΣΕΙΣ - ΜΠΛΟΥΖΑΚΙΑ - ΠΑΝΤΕΛΟΝΙΑ - ΦΟΡΕΜΑΤΑ - ΜΠΟΥΦΑΝ ΚΑΙ ΣΑΚΑΚΙΑ - ΚΟΣΜΗΜΑΤΑ - BLOG - CONTACT US

ΑΡΧΙΚΗ

Βιβλιογραφία

- Βιβλία

Chaffey, D. (2008), Ηλεκτρονικό Επιχειρείν και Ηλεκτρονικό Εμπόριο, Κλειδάριθμος.

Shim, J. K., Qureshi, A. A., Siegel, J. G., & Siegel, R. M. (2000). *The international handbook of electronic commerce*. Fitzroy Dearborn Publishers

Παηγγυράκης, Γ., Ρηγοπούλου, Ε., και Βασιλακοπούλου, Α., (2008). Marketing I, τομος Δ, Β΄ έκδοση, Ελληνικό Ανοικτό Πανεπιστήμιο, Πάτρα.

- Άρθρα

Webster, F. E. (1978). Is industrial marketing coming of age? *Review of marketing*, 138-139.

Bhiogade, M. S. (2002). Secure socket layer. *In Computer Science and Information Technology Education Conference*.

Murdoch, S. J., Anderson, R., (2010). Verified by visa and mastercard securecode: or, how not to design authentication. *Financial Cryptography and Data Security*. Springer Berlin Heidelberg, pp. 336-342.

Oppliger, R. (1997). Internet security: firewalls and beyond. *Communications of the ACM*, 40(5), pp. 92-102.

Kantor, M., and Burrows, J., (1996). Electronic Data Interchange (EDI). *International Standards, National Institute of Standards and Technology*.

Pilioura, T., and Tsalgatidou, A., (2001). E-services: Current technology and open issues. *Technologies for E-Services*. Springer Berlin Heidelberg, pp. 1-15.

Browning, P., and Lowndes, M., (2001). JISC TechWatch Report: Content Management Systems. *Techwatch report TSW*, pp. 1-2.

- Διαδικτυακοί Τόποι

<http://en.wikipedia.org/wiki/E-commerce>

<http://en.wikipedia.org/wiki/ARPANET>

http://en.wikipedia.org/wiki/Electronic_data_interchange

<http://en.wikipedia.org/wiki/Business-to-business>

http://en.wikipedia.org/wiki/Industrial_marketing

<http://en.wikipedia.org/wiki/Business-to-government>

<http://en.wikipedia.org/wiki/Consumer-to-business>
http://en.wikipedia.org/wiki/Customer_to_customer
<http://www.ebay.com/>
[http://en.wikipedia.org/wiki/E-Governance#Government to Government](http://en.wikipedia.org/wiki/E-Governance#Government_to_Government)
http://en.wikipedia.org/wiki/Online_shopping#Advantages
http://en.wikipedia.org/wiki/Transport_Layer_Security
[http://en.wikipedia.org/wiki/Secure Electronic Transaction](http://en.wikipedia.org/wiki/Secure_Electronic_Transaction)
<http://en.wikipedia.org/wiki/Barcode>
http://en.wikipedia.org/wiki/Smart_card
<http://el.wikipedia.org/wiki/Firewall>
<http://www-03.ibm.com/ibm/history/ibm100/us/en/icons/ebusiness/transform/>
<http://www.dmst.aueb.gr/index.php/el/undergraduate/program/285-stream4>
[http://en.wikipedia.org/wiki/Electronic data interchange](http://en.wikipedia.org/wiki/Electronic_data_interchange)
<https://www.paypal.com/gr/webapps/mpp/about>
[http://en.wikipedia.org/wiki/Digital signature](http://en.wikipedia.org/wiki/Digital_signature)
<http://en.wikipedia.org/wiki/Eauction>
<http://en.wikipedia.org/wiki/E-procurement>
http://en.wikipedia.org/wiki/Online_shopping
[http://en.wikibooks.org/wiki/E-Commerce and E-Business/Concepts and Definitions](http://en.wikibooks.org/wiki/E-Commerce_and_E-Business/Concepts_and_Definitions)
<http://en.wikipedia.org/wiki/Retail>
<http://www.amazon.com/>
[http://en.wikipedia.org/wiki/Pay per click](http://en.wikipedia.org/wiki/Pay_per_click)
[http://en.wikipedia.org/wiki/Content management system](http://en.wikipedia.org/wiki/Content_management_system)
<http://cms.ku.edu/benefits-cms>
<http://www.iriswebdesigns.com/articles/pros-and-cons-of-content-management-systems-21/#.VWrCWIXtmkp>
<http://www.cms.co.uk/types/>
<http://www.cms.co.uk/types/web-cms/>
<http://www.cms.co.uk/types/mobile-cms.html>
[http://en.wikipedia.org/wiki/Document management system](http://en.wikipedia.org/wiki/Document_management_system)
[http://en.wikipedia.org/wiki/Component content management system](http://en.wikipedia.org/wiki/Component_content_management_system)
<http://www.cms.co.uk/types/component-cms.html>
<http://www.joomla.org/about-joomla.html>

http://w3techs.com/technologies/overview/content_management/all

<http://en.wikipedia.org/wiki/Drupal>

<https://wordpress.org/about/>

<http://magento.com/>

<http://en.wikipedia.org/wiki/Magento>

<http://www.ebay.com/>

http://en.wikipedia.org/wiki/Dot-com_bubble

<http://ebay.about.com/>

<http://www.ebay.com/cln>

<http://en.wikipedia.org/wiki/Amazon.com>

<http://www.estafashion.gr/>

<https://wordpress.org/about/features/>

https://codex.wordpress.org/WordPress.org_API

<https://wordpress.org/plugins/>

<https://akismet.com/>

<http://en.wikipedia.org/wiki/Akismet>

<https://wordpress.org/plugins/hello-dolly/>

<https://wordpress.org/themes/>

https://codex.wordpress.org/Roles_and_Capabilities#Roles